REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Cámara de Representantes
Secretaría

XLIX Legislatura

DEPARTAMENTO PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 719 de 2021

Carpeta N° 1820 de 2021

Comisión Investigadora a efectos de estudiar las denuncias sobre compras y gastos desde marzo de 2020 a julio de 2021, y contratación de medios, realización de eventos y montos pagados desde marzo de 2010 hasta agosto de 2021, en el Ministerio de Turismo

SEÑOR REPRESENTANTE GERMÁN CARDOSO

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 16 de noviembre de 2021

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Juan Martín Rodríguez.

Miembros: Señores Representantes Rodrigo Albernaz Pereira, Gustavo Olmos, Conrado Rodríguez y Nicolás Viera Díaz.

Denunciante: Señor Representante Eduardo Antonini.

Invitado: Señor Representante Germán Cardoso.

Secretaria: Señora Pamela Klappenbach.

Prosecretaria: Señora Sandra Pelayo.

═══════II═══════

SEÑOR PRESIDENTE (Juan Martín Rodríguez).- Habiendo número, está abierta la reunión.

En la jornada de hoy esta Comisión ha sido convocada a efectos de recibir al diputado Germán Cardoso en calidad de invitado. Como informáramos hace algunos minutos a través del grupo de Whatsapp que tiene esta Comisión, el diputado Cardoso nos hizo saber que estaba demorada su llegada al Parlamento y que estaría arribando sobre la hora 11. Por lo tanto, sugerimos pasar a intermedio hasta esa hora para recibirlo.

Si no se hace uso de la palabra, se va a votar.

(Se vota)

——Cinco por la afirmativa: AFIRMATIVA: Unanimidad.

Se pasa a intermedio.

(Es la hora 10 y 10)

(Ingresa a sala el señor representante Germán Cardoso)

——Damos la bienvenida al diputado Germán Cardoso, quien ya ha participado en gran parte -o en casi la totalidad- de las instancias de esta Comisión. Por lo tanto, no vamos a entrar en detalles en cuanto al procedimiento a seguir porque lo conoce

Naturalmente, le vamos a dar la posibilidad -si así lo pretende y lo entiende- de hacer una introducción y luego pasaríamos a las rondas de preguntas. Simplemente, a efectos del funcionamiento de la Comisión, recordamos que 13 y 30 está citada la Asamblea General. Si esta Comisión continúa sesionando -que estimo que va a suceder-, alrededor de 13 y 15 vamos a proponer pasar a un intermedio a efectos de concurrir a la Asamblea General y al término de la misma estaríamos retornando. Se supone que la sesión será rápida y, eventualmente, si al comienzo de la sesión de la Cámara de Diputados esta Comisión continúa reunida, evaluaremos la posibilidad de pasar a intermedio y solicitar autorización, o continuar sesionando en el día de mañana. Eso lo veremos, eventualmente, más sobre la hora del comienzo de la Cámara.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Como usted muy bien lo ha dicho, presidente, he participado en todas las reuniones de la Comisión, excepto en aquellas que fijaron orden y metodología de trabajo porque no me correspondía desde el momento en que no la integro administrativamente.

Sí quisiera solicitarles -a usted y al resto de los miembros de la Comisión-, antes de ingresar en el tema de hoy en calidad de invitado, hacer algún comentario sobre la sesión del día de ayer, en virtud de que, seguramente, sea la última vez que comparezca a esta Comisión. Luego vendrá la etapa de los informes -ustedes ayer planificaron el trabajo-, pero me parece importante hacer algunas puntualizaciones que aspiro estén integradas al informe.

Lo primero que queda claro -estudiando ayer de noche la versión taquigráfica porque muchas veces hay situaciones que pasan por alto en las respuestas- es que el señor Benjamín Kemanian en la jornada de ayer, al ser preguntado sobre el desenlace en la contratación de las instalaciones deportivas de la UGAB, dijo lo siguiente: "Quizás, lo que refiere a la pregunta siete y ocho que había delineado el diputado Olmos, no queda absolutamente claro en el tenor de las respuestas.

En cuanto a la pregunta ocho, destacamos que quien estableció el contacto entre UGAB y quienes negociaron el acuerdo por parte de la SND fue el profesor Fernando Cáceres. El profesor Fernando Cáceres se pone en contacto con la Institución para plantearnos

que tenía interés en trabajar sobre una propuesta. Sabía que había una instancia anterior, que había un problema planteado y que tenía la instrucción precisa del presidente de la República de resolver la situación en los mejores términos y, a partir de ellos, abrimos la mejor mesa de negociación".

Dicho esto, la senadora Kechichián, cuando compareció en la Comisión mintió; faltó a la verdad. Dijo que no tenía absolutamente nada que ver un contrato con la venta frustrada y que era una simple coincidencia. Aquí, quien expuso en la tarde de ayer dice que el profesor Fernando Cáceres se contacta con ellos por instrucciones directas del presidente de la República, que sabía que había una instancia anterior y que tenía la determinación, por orden presidencial, de arreglar el tema.

Creo que está claro cómo derivan y cómo son las consecuencias y circunstancias de los hechos a posteriori.

Dicho esto -y me tomé el trabajo de leer las versiones taquigráficas en la tarde de ayer-, pasamos, ahora sí, a mi comparecencia en calidad de invitado a la Comisión.

Primero, quisiera hacer una introducción y después voy a responder las preguntas que se me hagan.

Quisiera empezar por la compra por excepción, en anteriores administraciones del Ministerio de Turismo. El Ministerio de Turismo, en anteriores períodos de gobierno, destinó montos significativos para la realización de campañas promocionales, en las diferentes temporadas, utilizando como regla el mecanismo de contratación directa, señor presidente; es decir, sin recurrir a un procedimiento competitivo, ya sea mediante licitación pública o licitación abreviada. Se contrataron directamente pautas en diarios, semanarios, emisoras y programas de radio, canales, medios digitales, plataformas y otros espacios publicitarios.

En el pasado período de gobierno se pueden citar como ejemplo las resoluciones del Ministerio de Turismo que se dictaron en las siguientes fechas -y las cito para que consten en la versión taquigráfica- : el 2 de diciembre de 2019, diarios y semanarios; el 19 de noviembre de 2016 y el 30 de noviembre de 2018, radios; el 11 de octubre de 2018 y el 30 de octubre de 2019, canales; el 22 de diciembre de 2017, el 7 de diciembre de 2018 y el 2 de diciembre de 2019, medios digitales y plataformas. También se contrataron en forma directa pautas publicitarias en el exterior del país como, por ejemplo, soportes en vía pública, resoluciones del 17 de octubre de 2019 por US$ 430.000; del 29 de noviembre de 2018, por US$ 430.000; del 17 de octubre de 2017, por US$ 400.000 y del 10 de noviembre de 2016, por US$ 385.000, todas ellas en la ciudad de Porto Alegre y a una única empresa.

Plataformas: resolución del 17 de enero de 2018 por US$ 350.000 en Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay; el 7 de diciembre de 2017, en los mismos países, por US$ 350.000, y el 14 de diciembre de 2016 en los mismos países, por US$ 322.000, todas a una misma empresa.

Señales de cable: resoluciones del 6 de noviembre de 2018 por US$ 370.000; del 6 de noviembre de 2018 por US$ 550.000; del 25 de octubre de 2017 por US$ 375.000; del 4 de febrero de 2016 por US$ 287.410; del 14 de diciembre de 2016 por US$ 511.000; del 7 de diciembre de 2016 por US$ 325.000; del 7 de diciembre de 2016 por US$ 350.000; del 27 de noviembre de 2015 por US$ 280.000; del 27 de noviembre de 2015 por US$ 470.000; del 23 de noviembre de 2015 por US$ 280.000; del 23 de noviembre de 2015 por US$ 310.000 y del 23 de noviembre de 2015 por US$ 275.070.

Todas las contrataciones de pautas publicitarias se realizaron por la anterior administración en forma directa, esgrimiendo las causales de imposibilidad de licitación o por prestación de servicios exclusivos como excepciones al régimen competitivo.

Es más: recurrió al procedimiento de compra directa por excepción en oportunidades en que en forma manifiesta no correspondía utilizarse tal procedimiento de contratación. Por ejemplo, la compra de inmuebles de la calle Cerrito y Zabala que tiene una doble observación, Resolución del Tribunal de Cuentas 2346/17; el convenio con la Unión General Armenia de Beneficencia, Resolución del Tribunal de Cuentas con doble observación por no haber llamado a licitación y no tener razón fundada de urgencia, del 18 de noviembre de 2015. Además, el convenio con la agencia de publicidad por Resolución del Tribunal de Cuentas 2379/2017; la contratación de servicios de vigilancia, Resolución del Tribunal de Cuentas 917/16, entre otras tantas, por hacer alguna referencia.

Venimos al contexto que nos tocó transitar en nuestra gestión del Ministerio de Turismo, en la declaración de emergencia sanitaria que formó parte prácticamente desde el comienzo de nuestra gestión; diez días después de haber asumido en el cargo, se declara la emergencia sanitaria.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) calificó al coronavirus, al covid- 19, como pandemia. Por Decreto N° 93/2020, el Poder Ejecutivo declaró en forma preventiva la emergencia sanitaria nacional y, por Decreto N° 94/2020 amplió las medidas dispuestas.

En ese marco se fueron adoptando, en el 2020, diversas disposiciones, limitando el ingreso al país, como el artículo 1° del Decreto N° 104/020 del Poder Ejecutivo, de 24 de marzo de 2020; el Decreto N° 159/020 del Poder Ejecutivo, del 2 de junio de 2020; los artículos 1° y 2° del Decreto N° 195/020 del Poder Ejecutivo, de 15 de julio de 2020; la Ley N° 19.932, así como también otras disposiciones en el presente año 2021.

El 22 de octubre de 2020 el presidente de la República anunció a texto expreso:

"A raíz de informes que hemos tenido […] va a ser un verano restringido, las fronteras van a estar básicamente cerradas salvo excepciones, que ya se conocen y quizás alguna más".

"Es una decisión difícil para nosotros, la estiramos, la estiramos, pero los elementos son contundentes". Palabras textuales también del señor presidente de la República.

El 29 de octubre del 2020, el Poder Ejecutivo anunció una serie de beneficios para mitigar la situación económica del sector turístico, atendiendo al cierre de fronteras para los turistas extranjeros. Se diseñó el "Plan verano con estímulos" para fomentar el turismo interno y apoyar al sector.

Es decir, se configuró una situación de imprevisibilidad y se actuó con extrema urgencia para atender a un sector que estaba sufriendo, y sufriendo mucho, y del cual dependían miles de puestos de trabajo, que era el principal de los desvelos de esta Administración: intentar salvar la mayor cantidad de ellos posibles.

Las consecuencias sociales y económicas de los efectos del coronavirus eran variadas, por lo que la gestión estatal se desarrolló con celeridad, solidaridad y justicia por el bien común. Como se ha dicho: "Lo realmente imprevisible no es el virus en sí, sino, las características y consecuencias de este virus que ha afectado la misma forma de vivir de los ciudadanos. Lo imprevisto no es el virus sino sus proyecciones". *La pandemia del coronavirus y la responsabilidad civil en el Uruguay* del doctor Gustavo Ordoqui, página 323.

En ese contexto, el Ministerio de Turismo implementó medidas para apoyar al sector turístico y promover el turismo interno en forma compatible con las restricciones sanitarias.

Recordemos la elaboración de protocolos junto al sector turístico del corredor termal, fundamentalmente, que fue el primero. Aquí está el diputado Albernaz, del departamento de Salto, que sabe bien las veces que nos reunimos con los trabajadores, con los sindicatos, con los gremios que representaban a personas desocupadas del sector turismo y servicios del corredor termal, que nos pedían soluciones urgentes para mitigar las necesidades y dificultades que estaban viviendo.

En cuanto a la promoción de la actividad turística en la emergencia sanitaria, nosotros fuimos siempre a la ley que regula la actividad turística.

De lo que se viene a reseñar surge, sin duda, por un lado, que las contrataciones de pautas publicitarias por el Ministerio de Turismo en períodos anteriores se realizaron siempre, como regla, en forma directa, sin llamado a licitación.

Por otro lado, que la situación ocasionada por el coronavirus determinó una reformulación de las políticas en materia de turismo, al afectarse el arribo de turistas internacionales. El turismo se paralizó a mediados de marzo de 2020. El covid- 19 afectó los medios de subsistencia y el bienestar a largo plazo, especialmente en los sectores más vulnerables, y eso se pudo ver con intensidad en aquellos que dependen directamente del turismo.

En ese contexto, señor presidente, en materia turística se implementaron diversas acciones. Debe tenerse presente que la Ley N° 19. 253, que regula la actividad turística, establece, en su artículo 1º, que el turismo es una actividad de interés nacional. El artículo 6° de dicha ley dispone que son cometidos del Poder Ejecutivo: "B) promover el desarrollo de la actividad turística a nivel nacional, regional e internacional".

De acuerdo con el artículo 8°, son cometidos del Ministerio de Turismo, entre otros, "[…] a efectos de realizar los objetivos contenidos en la política nacional de turismo y de propender al desarrollo del turismo:

A) El fomento del turismo mediante el desarrollo deactividades propias, el estímulo de la actividad de losparticulares o similar. B) Generar las condiciones necesarias para que el ejercicio del derecho al turismo resulte efectivamente accesible para todos, no solo mediante la realización de acciones en infraestructura y logística, sino también en la facilitación del goce del derecho".

Las acciones publicitarias que implementó el Ministerio de Turismo se enmarcaron en las medidas que tomó el Poder Ejecutivo para apoyar al turismo interno. Desde el punto de vista legal se invocaron los mismos fundamentos de derecho que emplearon anteriores ministros y anteriores administraciones, con una característica que lo hizo bien distinto: ellos utilizaron el procedimiento sin pandemia y sin urgencia.

Debe indicarse que el mecanismo de compra directa está previsto en el propio Tocaf. En efecto, el artículo 33 del Tocaf establece el elenco de excepciones al régimen competitivo de contratación, las que particularmente son aplicables a la contratación de publicidad.

Sin embargo, la presentación realizada por los denunciantes -que previo al funcionamiento de esta Comisión se ha presentado en sede-, confunde arbitrariedad con discrecionalidad. En efecto, según el doctor Delpiazzo "[…] hay discrecionalidad cuando la Administración puede decidir, según su leal saber y entender, si debe o no debe actuar y, en caso afirmativo, qué medidas adoptará". *Derecho Administrativo General*, Tomo 1.

Consecuentemente, la Administración tiene, en estos casos, un margen de libertad para interpretar el enunciado normativo

Mal puede existir abuso cuando se ejercieron los cometidos previstos por la ley que regula la actividad turística -declarada de interés nacional- y con el propósito de dinamizar el turismo interno.

En las contrataciones de publicidad referida por los denunciantes la causal de excepción invocada por la Administración no fue observada por el Tribunal de Cuentas de la República.

Como parte de la campaña promocional y plan de medios para la temporada 2020- 2021, se dispuso en Expediente N° 2020- 9- 1- 0001937 contratar pautas publicitarias en soportes ubicados en distintas locaciones de Montevideo y del interior del país.

En los antecedentes del acto administrativo -o sea, del expediente- surge: la intervención de la agencia, señalando que "adjunto las propuestas ya cerradas de TV y vía pública […], folio 23.

En el folio 26 se informa que la contratación, al igual que en otras oportunidades, se realizará en forma directa por "imposibilidad de licitación".

El informe hace referencia a una resolución del Tribunal de Cuentas, del 18 de junio de 1998, dictada ante consulta de la Contaduría General de la Nación respecto al criterio a seguir en la contratación de publicidad. En dicha resolución el Tribunal de Cuentas concluye que la contratación de pautas publicitarias puede ser llevada a cabo en forma "directa en razón de la imposibilidad de realizar una licitación", debiendo estarse a la "discrecionalidad del ordenador del gasto, atendiendo a razones de buena administración".

En el caso, la contratación dispuesta aseguraba la cobertura territorial pretendida por la campaña publicitaria.

Aquí me quiero detener un instante. Hablando de la contratación de los espacios de vía pública, se contrataron de manera directa a dos empresas que ya eran proveedoras del Ministerio de Turismo, y con eso se aseguró darle amplio conocimiento y profundidad en lo que es la red comunicacional de las medidas de estímulo que estábamos tomando para el desarrollo de la actividad del turismo interno en los diecinueve departamentos del país. Cualquier uruguayo, en este caso, podía transformase en un cliente cautivo de la actividad turística, porque era el único mercado que teníamos habilitado con posibilidad de seducir. Entonces, aquí pesó y pesó mucho la presencia, obviamente, en los diecinueve departamentos del país.

En el folio 30 de este expediente surge la afectación del gasto.

En el folio 39 la Dirección Nacional de Turismo sugiere remitir las actuaciones a Acuerdos y Resoluciones. Y en el folio 41 la Dirección General de Secretaría señala que "con lo dispuesto por la Dirección Nacional de Turismo, siga a Acuerdos y Resoluciones a efectos de dictar la resolución ministerial correspondiente".

La resolución de contratación es coherente con los antecedentes que surgen del expediente y emplea los mismos fundamentos de derecho esgrimidos en las resoluciones de contratación de pautas publicitarias realizadas por el Ministerio de Turismo en el anterior período de gobierno -numeral 10) del literal D) del artículo 33- ya sea en canales, radios o vía pública.

El Tribunal de Cuentas, por Resolución Nº 05/2021, de 13 de enero de 2021, dictada sin discordias, entendió que la contratación de la campaña promocional a través de los

soportes "se ampara en lo preceptuado en el numeral 10) del literal D) del inciso 2 artículo 33 del Tocaf, en cuanto a la imposibilidad de realizar el proceso licitatorio".

Por lo tanto, el Tribunal de Cuentas no objetó la realización de la contratación en forma directa.

La certificación del precio no pudo emitirse ya que la gestión "debió ingresar al Ministerio de Economía y Finanzas con anticipación no menor a los tres días hábiles de la contratación", es decir, por un tema formal. Previo informe, se insistió en el gasto por acto administrativo.

Respecto al tema de la certificación, debe tenerse en cuenta que la resolución que dispuso la contratación se dictó en un contexto de urgencia ante una situación imprevisible ocasionada por el covid- 19, la proximidad de la temporada de verano, la necesidad de difundir los beneficios que se habían aprobado y la conveniencia en promocionar el turismo interno; es decir, respondió a razones de interés general en su conjunto.

El acto que dispuso insistir en el gasto fue precedido de un informe técnico, que en forma fundada justificó la contratación realizada, señalando que la estrategia comunicacional de televisión abierta en los canales, 4, 10 y 12 y Televisión Nacional Canal 5, TV abierta interior y vía pública definida, a partir del trabajo de los técnicos del Ministerio, con asesoramiento de la agencia de publicidad contratada por el Ministerio […] recomendó la contratación en los términos establecidos en las resoluciones presentes en los tres expedientes de referencia". Concluyendo que "dado el actual escenario de incertidumbre ante la pandemia covid- 19 y la necesidad de adaptar la estrategia comunicacional a los mercados priorizados […] fue imposible, atendiendo los tiempos restantes del año y la necesidad imperiosa de comenzar la contratación de los soportes publicitarios, establecer el mecanismo de datos correspondiente […]".

En este informe se desarrolla la fundamentación de las contrataciones y planificaciones efectuadas por el Ministerio de Turismo, habiéndose empleado el mismo procedimiento de excepción utilizado por las anteriores autoridades de dicho Ministerio.

Los montos de las contrataciones son consistentes con anteriores inversiones en vía pública. Es más: al haberse enfocado la promoción en esta materia ante la "demanda doméstica", como señala el informe técnico antes referido, no se incurrió en contrataciones en el exterior del país, como las que se dispusieron en Porto Alegre por resoluciones del Ministerio de Turismo, de 10 de noviembre de 2016, por US$ 385.000; de 17 de octubre de 2017, por US$ 400.000; de 29 de noviembre de 2018, por US$ 430.000, y de 17 de octubre de 2019, por US$ 430.000. Montos estos "millonarios" y también comprometidos "en forma directa", como dirían los denunciantes, aunque contratados a una sola ciudad del exterior del país.

En este punto debe señalarse que los denunciantes pierden de vista la situación originada por la declaración de emergencia sanitaria nacional y la consecuente necesidad de "adaptar la estrategia comunicacional a los mercados priorizados", como señala el informe técnico antes mencionado.

Las contrataciones antes referidas no fueron realizadas "verbalmente", sino que se dispusieron por el Ministerio de Turismo mediante acto administrativo.

En cuanto a la observación de la falta de certificación, debe indicarse que existen antecedentes de falta de certificación del precio en contrataciones realizadas por el Ministerio de Turismo en el anterior período de gobierno y sin emergencia sanitaria.

A modo de ejemplo: la Resolución del Tribunal de Cuentas Nº 121/19, de 16 de enero de 2019, que observó la resolución de la ministra de Turismo de 30 de noviembre de 2018 que dispuso la contratación de pautas publicitarias a través de emisoras y programas de radios por falta de certificación del Ministerio de Economía y Finanzas en cuanto al precio y condiciones.

La resolución del Tribunal de Cuentas Nº 217/19, de 23 de enero de 2019, que observó la resolución de la ministra de Turismo, de 7 de diciembre de 2018, que autorizó la contratación en medios digitales por US$ 410.000 y $ 927.200 por principio de ejecución y porque "el Ministerio de Economía y Finanzas no ha otorgado la certificación".

Ahora bien, en estos dos casos la ministra de Turismo contó con la antelación y oportunidad de previsión que no pudo tener el Ministerio en 2020. En efecto, en 2020 las autoridades del Ministerio de Turismo tuvimos que actuar en un contexto de emergencia, debiendo asumir un cambio en la estrategia de promoción ante las medidas sanitarias que se fueron implementando por el Poder Ejecutivo.

Por cierto que la falta de certificación también se verifica en otros organismos públicos. Por ejemplo en la Intendencia de Montevideo, basta remitirse a las Resoluciones del Tribunal de Cuentas Nos. 1035/2021, 1602/2020, 943/2020, 603/2020, 2789/2019, 2226/2019, 1134/2019.

En suma, señor presidente, la contratación dispuesta en el Expediente Nº 2020- 9- 1-0001937 -al igual que la de los canales y radios-, es absolutamente lícita, teniendo como fundamento el numeral 10) del literal D) del artículo 33 que faculta a la Administración a contratar directamente cuando "no sea posible la licitación".

Al respecto, el doctor Delpiazzo dice que "existe imposibilidad por naturaleza" cuando el servicio a contratar "no puede hacerse siguiendo los trámites de la licitación"; "existe imposibilidad de hecho, cuando tratándose de cosa licitable considerada en sí misma, surge alguna circunstancia de hecho que impide la realización de la licitación". *Contratación Administrativa*, página 133. El propio Tribunal de Cuentas entiende, como se dijo, que en estos casos procede la contratación directa.

Cabe señalar que respecto a los canales, también el Tribunal de Cuentas, por Resolución Nº 0029/2021, resolvió que la contratación de pautas publicitarias se adecuó a lo establecido en el numeral 10) del literal D) del inciso 2 del artículo 33 del Tocaf.

La imposibilidad de la licitación se reafirma en el caso de las medidas que se fueron implementando por la emergencia sanitaria nacional.

Por el Expediente Nº 2067/2020 se dispuso la contratación de medios digitales. Por lo tanto, no se innovó en la contratación de este tipo de herramientas, ya que fue utilizada por la anterior gestión.

En el folio 21 la agencia comunica que "luego de hablar con Martín el pasado jueves, finalmente quedó sustituido Xaxis por Mediamath dentro de la compra de medios digitales. Así que reenvío adjuntas las propuestas de Kirma y Facebook (Cisneros) y agrego la de Mediamath para que tengan las tres propuestas finales del expediente de medios digitales". Dicho informe de la agencia está contenido en el expediente que envía el Ministerio.

En el folio 22 se informa: "norma legal habilitante", y se "sugiere continuar con el trámite".

En el folio 23 aparece la actuación y convalidación de Martín Pérez Banchero como director nacional de Turismo.

En el folio 26 se "adjunta afectación del crédito" y se remite el expediente a "Acuerdos y Resoluciones".

La resolución que dispone la contratación de medios digitales se realizó en forma congruente con los antecedentes del expediente. Además, la publicidad en medios digitales ya se había realizado en el anterior período de gobierno bajo el mecanismo de la compra en forma directa.

Por cierto que es lógico que las contrataciones se realicen a "impulso" del Ministerio de Turismo, porque eso implica dar cumplimiento a los cometidos que le asigna la ley de turismo y a las previsiones del Tocaf.

En cuanto a la causal de excepción en la contratación, el Resultando 6 de la Resolución del Tribunal de Cuentas Nº 343/2021, de 19 de febrero de 2021, cita informe del Ministerio: "la contratación de medios digitales, dado el carácter internacional de sus proveedores y la especificidad de estas proveedurías, […] establecieron la incapacidad de realizar llamados internacionales, debiendo recurrir al sistema de compra directa".

En el Considerando de la Resolución del Tribunal de Cuentas se establece que "Se tendrá por justificada la causal de excepción invocada (Resultando 6)". Por lo tanto, el Tribunal de Cuentas no observó la utilización del mecanismo de compra directa.

Las contrataciones de medios digitales que se verificaron en el pasado período de gobierno, también se realizaron en forma directa.

Es más, como ya se dijo, en el pasado período de gobierno el Tribunal de Cuentas observó el gasto por falta de certificación del precio.

En efecto, la Resolución del Tribunal de Cuentas Nº 217/19, de 23 de enero de 2019, observó la resolución de la ministra de Turismo, de 7 de diciembre de 2018, que autorizó la contratación en medios digitales por US$ 410.000 -Manerel S.A- Xaxis- y por $ 927.200 -a la misma empresa-, por principio de ejecución y porque "el Ministerio de Economía y Finanzas no ha otorgado la certificación".

En definitiva, en 2020 la contratación de medios digitales se realizó en base a causal de excepción prevista en el Tocaf sin que en el contralor de legalidad el Tribunal de Cuentas se procediera a observar la compra directa.

La observación realizada por la contadora delegada fue por principio de ejecución, por cierto, una causal de observación recurrente en la Administración pública. En el caso se insistió en el gasto, previo pasaje del expediente por la Dirección General de Secretaría.

Finalmente, ninguna irregularidad existió en la conformación de facturas, no estando vedados ministro y adscripto a realizar tales actos por norma legal. La conformación se dio de acuerdo al compromiso asumido por la Administración; confunden los denunciantes el acto de ordenar el gasto con el de conformar una factura.

Por lo demás, el ministro es ordenador secundario de gastos.

Se realizó el proceso correspondiente. En la administración, una vez que se ha procedido a la liquidación del gasto y a la intervención preventiva del organismo de contralor, se procede a efectuar el pago.

En cuanto al procedimiento de excepción en la Administración pública, señor presidente, la llamada "contratación directa" aduciendo alguna causal de excepción, es ampliamente utilizada. Es más: entre 2005 y 2020 se ampliaron las causales de excepción al procedimiento competitivo previstas en el artículo 33 del Tocaf.

Desde otro ángulo, debe señalarse que el Tribunal de Cuentas ha dictaminado que la causal de excepción se ha invocado en forma errónea en numerosas ocasiones, lo que no ocurrió en relación a las contrataciones aludidas por los denunciantes.

Por ejemplo, si se toma la Intendencia de Montevideo, el Tribunal de Cuentas objetó la ausencia de procedimiento competitivo en varias oportunidades. En los dos últimos años, estas son algunas de las resoluciones del Tribunal de Cuentas por las cuales se observó a la Intendencia de Montevideo por recurrir a la compra directa y no realizar licitación: 1336/2021, 1035/2021, 0128/2021, 2678/2020, 603/2020, 2789/2019, 2226/2019, 1136/2019, entre otras tantas que no vamos a enunciar.

La Intendencia de Canelones también ha sido observada por no justificar la contratación directa en este año, Resolución N° 1243/2021 del Tribunal de Cuentas.

En conclusión, señor presidente, las contrataciones de pautas publicitarias por parte del Ministerio de Turismo siempre se han realizado en forma directa por causal de excepción. En el 2020, la situación ocasionada por el covid provocó que el Ministerio de Turismo debiera tomar medidas urgentes, en forma consistente, con alivios fiscales, beneficios a la actividad y la conveniencia de promocionar turismo interno. Las contrataciones realizadas no fueron observadas por el Tribunal de Cuentas en lo que respecta a su realización en forma directa. Las resoluciones que dispusieron las contrataciones son congruentes con los antecedentes que obran en los respectivos expedientes que hemos citado.

Muchísimas gracias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias diputado Cardoso.

Hecha la introducción, le vamos a dar la palabra al diputado Olmos, quien ha tenido a bien acercar a la secretaría una serie de preguntas, a efectos de ser fotocopiadas para ser repartidas entre el invitado y los integrantes de la comisión.

Tiene la palabra el diputado Olmos.

SEÑOR OLMOS (Gustavo).- Muchas gracias, señor presidente.

Vamos a hacer la ronda de preguntas generales, tal como venimos trabajando en la comisión. Comienzo.

1) Usted ha sido representante nacional del departamento de Maldonado por el Partido Colorado, en los períodos 2005- 2010, 2010- 2015 y 2015- 2020. ¿Cuántos pedidos de informes realizó en esos tres períodos al Ministerio de Turismo por presuntas irregularidades en la gestión de la Cartera? ¿Promovió algún llamado a Comisión General o interpelación por parte de la Cámara o convocó a alguna comisión a las autoridades del Ministerio en esos períodos? En caso afirmativo, ¿en qué fechas y por qué temas?

2) Usted fue Ministro de Turismo desde el 1° de marzo de 2020 al 21 de agosto de 2021. ¿Cuántas investigaciones administrativas o auditorías ordenó por supuestas irregularidades en gestiones anteriores? En caso afirmativo, ¿en qué fecha, por qué motivos y cuáles fueron los resultados?

3) Su lista, la 2600, ¿realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia las elecciones nacionales del 27 de octubre de 2019? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?

4) Usted fue suplente del señor Eduardo Elinger como candidato a la Intendencia de Maldonado, compareciendo con la lista 2600 en las elecciones departamentales del 27 de setiembre de 2020. ¿Esa lista realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la

campaña hacia esas elecciones? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?

5) ¿Por qué motivo resolvió nombrar al doctor Martín Pérez Banchero como director nacional de Turismo?

6) ¿Qué vinculación mantenía usted al momento de asumir la titularidad del Ministerio con los señores Elbio Rodríguez y Daniel Reta?

7) ¿Conoce usted la vinculación de los señores Elbio Rodríguez y Daniel Reta entre sí?

8) ¿Cuál fue el rol del señor Elbio Rodríguez durante su gestión en el Ministerio? ¿En qué períodos y en qué temas actuó?

9) ¿Usted instruyó al entonces director nacional de Turismo, doctor Martín Pérez Banchero para que el señor Elbio Rodríguez lo apoyase en su gestión?

10) Usted ha declarado públicamente que el señor Elbio Rodríguez no era su asesor. ¿En qué condición estuvo vinculado a la gestión del Ministerio de Turismo? ¿Cómo calificaría, ya que entiende que no era su asesor, su vinculación con el señor Elbio Rodríguez en lo referido a su actuación en el Ministerio?

11) ¿Usted participó en reuniones de coordinación con el exdirector nacional de Turismo, señor Pérez Banchero, y el subsecretario de Turismo, Remo Monzeglio, relacionadas a establecer directrices vinculadas a la temática de contratación de publicidad en la Cartera?

12) ¿Usted tiene conocimiento de que el señor Elbio Rodríguez tenía acceso a información de las contrataciones de publicidad del Ministerio de Turismo?

13) ¿Cómo le hacía saber el señor Elbio Rodríguez el resultado de su trabajo con el director nacional de Turismo, doctor Pérez Banchero?

14) ¿Cuál es el motivo por el cual usted conformaba facturas de proveedores, cuando el control de la ejecución del servicio o entrega del bien lo realizan las unidades ejecutoras y no el ministro?

15) ¿En base a qué normativa se habilitaba a conformar facturas al doctor Daniel Reta, adscripto al ministro durante su gestión? ¿Conoce usted el Tocaf y podría mencionar alguna norma que permita realizar esa actividad a alguien que no es ordenador del gasto?

16) Además de percibir su salario como ministro, ¿recibía alguna otra compensación sea por viáticos, gastos de alimentación, combustible o telefonía?

17) ¿Cómo era el mecanismo de estudio y selección sobre contrataciones de publicidad en el Ministerio de Turismo mientras estuvo al frente de dicha Cartera? ¿Ese mecanismo tuvo cambios a lo largo del vínculo? ¿Qué rol jugaba la agencia en ese proceso?

18) ¿Recuerda cuántos expedientes con contrataciones de publicidad fueron observados por el Tribunal de Cuentas durante su mandato? ¿Y los motivos de las observaciones?

19) ¿Por qué motivos se realizaban las gestiones de certificación del MEF que requiere el Tocaf, en su artículo 33, literal C, numeral 9, posteriormente a la ejecución de la contratación en más de un expediente relacionado a temas de publicidad? ¿Quién disponía que se siguiese ese procedimiento?

20) Referido a la coordinación técnica creada durante el período en el cual usted fue ministro, ¿quiénes la integraban? ¿Cuándo empezó a funcionar? ¿Qué objetivos

perseguía esa coordinación? ¿Qué grado de incidencia tenía usted sobre las decisiones que allí se tomaban?

21) ¿Cuáles fueron los motivos que llevaron a la designación del denominado Comité de Marketing, integrado en su momento por el señor Pérez Banchero, el asesor señor Daniel Reta, señor Oscar Iroldi, que trabaja como parte del equipo del subsecretario Remo Monzeglio, y las funcionarias Serrana Díaz y Natalia Andreoni?

22) ¿Usted contrató como adscripta a la escribana Virginia González Rivero? En caso afirmativo, ¿qué funciones cumplía en el Ministerio de Turismo? ¿De dónde la conocía o quién le recomendó su nombre para la contratación?

Y a continuación, continúo con las preguntas no escritas.

23) En alguna comparecencia se habló de un documento basado en las tres erres de la Organización Mundial de Turismo, ¿existía un plan estratégico que enmarcara la gestión y, específicamente, las políticas de medios durante su gestión?

24) ¿Conoce usted los montos ejecutados entre el 2010 y el 2019, el promedio anual, para publicidad interna, en vía pública, en radios y tv, y en prensa escrita?

25) ¿Conoce usted los montos, también, el promedio anual, ejecutados entre el 2010 y el 2019 para publicidad digital interna? Estamos acá preguntando de Uruguay.

26) En relación a los funcionarios de marketing, ¿durante su gestión hubo reubicaciones ya sea desde marketing hacia otras áreas o desde otras áreas hacia marketing? En ese caso, ¿cuántas fueron y cuáles fueron los motivos?

SEÑOR REPRESENTANTE ALBERNAZ PEREIRA (Rodrigo).- Muy buenos días. Mi saludo formal al invitado.

Primero que nada, es difícil referirme a usted y no tratarlo como un ministro porque la verdad es que ha dado señales muy buenas al litoral del país, particularmente al departamento de Salto, atendiendo todos y cada uno de los reclamos que se hicieron, elevando el litoral y el destino turístico de las termas.

Mis preguntas son muy simples y me refiero directamente a las preguntas generales.

Quisiera saber si durante su gestión usted entiende que cometió algún delito. Esa sería la primera pregunta.

Por otra parte, después de haber participado de todas y cada una de las sesiones de la comisión, nos queda claro -eso es lo que uno entiende- que la compra directa era una regla en el ministerio y que, por la misma inercia de la gestión, las cosas no se cambian de un día para el otro. Teniendo en cuenta esto, la pregunta es: ¿cuáles serían las grandes diferencias o qué entiende usted que sería lo diferente entre su gestión y la anterior?

Simplemente eso. Muchas gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- ¿En cuanto a los procedimientos administrativos?

SEÑOR REPRESENTANTE ALBERNAZ PEREIRA (Rodrigo).- En cuanto a los procedimientos administrativos y a la visión general con respecto a la compra de servicio de marketing. Es simplemente eso.

SEÑOR PRESIDENTE.- No habiendo más preguntas para esta primera ronda, damos la palabra al diputado Cardoso para que pueda responder las preguntas formuladas tanto por el diputado Olmos como por el diputado Albernaz.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Muy bien. Vamos a ir una a una.

"Usted ha sido representante nacional del departamento de Maldonado por el Partido Colorado en los períodos 2005- 2010, 2010- 2015 y 2015- 2020…". Faltó agregar desde el 2020 al 2025, lo cual es un inmenso honor para mí porque son cuatro los períodos para los cuales he sido electo para representar al departamento. "¿Cuántos pedidos de informes realizó en esos tres períodos al Ministerio de Turismo por presuntas irregularidades en la gestión de la Cartera?". No recuerdo sinceramente en todos los pedidos de informes que haya hecho en quince años, no recuerdo de memoria hacia dónde estuvieron dirigidos. Pero no recuerdo haber realizado pedidos de informes por presuntas irregularidades por parte del Ministerio de Turismo.

Si promoví algún llamado a Comisión General o interpelación por parte de la Cámara o si convoqué a algunas de las comisiones a las autoridades del Ministerio en esos períodos, y en caso afirmativo, en qué fechas, creo recordar que, de común acuerdo con las autoridades, vinieron en más de una oportunidad. También recuerdo que vino el doctor Lescano en mi primer período como legislador. Yo formaba parte de la Comisión de Turismo de la Cámara y la exministra Kechichian, si mal no recuerdo, era la subsecretaria del doctor Lescano, ¿verdad? En algunas oportunidades, comparecieron en la Comisión de Turismo. Creo haber contestado la pregunta 1.

"2) Usted fue Ministro de Turismo desde el 1° de marzo de 2020 al 21 de agosto de 2021. ¿Cuántas investigaciones o auditorías ordenó por supuestas irregularidades en gestiones anteriores? En caso afirmativo, ¿en qué fecha, por qué motivos y cuáles fueron los resultados?". Ordené la auditoría del Plan BID, el desarrollo del programa BID; se lo encomendé al exdirector nacional de Turismo, Martín Pérez Banchero. De hecho, lo acompañé a una reunión en la Contaduría General de la Nación, donde tuvimos entrevista con un equipo que iba a disponer de la instrucción solicitada. Por lo que tengo entendido, estaba por culminarse al momento de mi renuncia. Estaba en marcha. Incluso, me consta porque, en alguna oportunidad, de la Contaduría General de la Nación habían ido al ministerio y se habían reunido con el director nacional.

"Su lista, la 2600, ¿realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia las elecciones nacionales del 27 de octubre de 2019? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?". Esta elección la lideré yo como primer candidato; era el primer candidato de la lista. Hicimos publicidad en varios medios de radio y televisión del departamento; en los canales, en los dos; radio, no en todas porque son muchas, pero sí en una cantidad importante. En vía pública, hicimos cartelería de construcción propia, es decir, enviábamos a hacer la estructura de caño por personas cercanas a nosotros y, después, se ponía la tela encima con la gigantografía. Eran personas de nuestra agrupación que, en lugares convenidos con los dueños, salían y los colocaban, en un cien por ciento en cruces frente a avenidas o en lugares de terrenos privados donde había visibilidad. Allí eran colocados.

¿Cuál fue la inversión en esos rubros? En este momento, no lo recuerdo, pero está en la declaración que todos debemos hacer en la Corte Electoral por cuanto estamos exigidos por ley de los gastos de publicidad en campaña electoral.

"Usted fue suplente del Sr. Eduardo Elinger como candidato a la Intendencia de Maldonado, compareciendo con la lista 2.600 en las elecciones departamentales del 27 de setiembre de 2020. ¿Esa lista realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia esas elecciones? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?". Bueno, siendo absolutamente sincero, fui suplente… Primero… A ver, si bien en las elecciones todos somos candidatos y todos somos dirigentes políticos, y nada está dicho hasta que se

cuenten los votos, era una obviedad que no había la más mínima posibilidad de ganar la Intendencia. El hecho de que figurara mi nombre en la primera suplencia del señor Eduardo Elinger tanto en la Lista 2600 como en la Lista 15, porque fueron dos las listas a la Intendencia -no fue una; existía la Lista 15 también-, fue para darle apoyo, para darle respaldo y para que trascendiera comunicacionalmente y públicamente que estábamos apoyando su candidatura, pero no -fue en paralelo a todo el año de pandemia en que yo fui ministro de Turismo y estuve recorriendo el país-, no estuve en la campaña de lleno, ni tuve el involucramiento directo para poder decir con exactitud qué medios se contrataron, dónde, porque no participé, como sí lo hice en la de octubre de 2019, pero también tiene que constar en la declaración jurada.

"¿Por qué motivo resolvió nombrar al Dr. Martín Pérez Banchero como director nacional de Turismo?"

Es una buena pregunta y asumo la responsabilidad, porque nunca en la vida le he rehuido a las responsabilidades que asumo. Tenía conocimiento con el doctor Pérez Banchero de aquí, de la Cámara de Representantes. En el período anterior, en el que yo había ejercido los cinco años como diputado por el departamento de Maldonado, él había estado en la Prosecretaría de la Cámara de Representantes, por lo cual participaba de las reuniones de bancada. Tenía conocimiento con él como dirigente político del Partido Colorado por el departamento de Colonia; habíamos estado en contacto en la campaña de 2009, cuando a nosotros el doctor Pedro Bordaberry, junto al hoy senador Coutinho, nos encomendó recorrer el país para dejar instaladas todas las candidaturas una vez transcurrida la elección interna, dejar instaladas las candidaturas a la diputación en los dieciocho departamentos del interior del país. Tuvimos una reunión con Pérez Banchero también en Colonia, que eso produjo una ruptura y su salida del sector en su momento, porque no aceptó la competencia con otras figuras que había en su momento en el departamento de Colonia, pero fue en buenos términos en cuanto a no aceptar reglas que eran del sector y que así estaban escritas para ser aplicadas. Lo nombré en consenso con el sector político con el que comparecimos. Nosotros… A ver: si recordamos la elección interna previa a la elección nacional, el sector Batllistas que lideraba el doctor Sanguinetti compareció con su candidatura, el economista Alfie con la suya y el doctor Amorín Batlle con la suya propia también. O sea: en la interna competimos los dos sectores. Luego de la interna, de cara a la elección nacional de octubre, se hace una alianza electoral entre Batllistas y la Lista 15, que no dejó de denominarse Batllistas. O sea: la Lista 15 se incorporó electoralmente a Batllistas y allí votamos juntos con el doctor Pérez Banchero en la elección nacional de octubre, por la que yo tuve el honor de que la población del departamento me honrara en mi cuarto período siendo electo diputado y el no logró lo propio en la competencia que lideró, siendo candidato en el departamento de Colonia. Al pertenecer a un departamento de un peso turístico importante -Colonia es el cuarto destino turístico del país-, siendo un abogado y teniendo conocimiento partidario con él fue que tomamos la decisión de nombrarlo. Esas son, un poco, cuando usted me pregunta, en la 5), por qué motivos decidimos nombrar al doctor Pérez Banchero. Bueno, no hay un motivo exclusivo, sino que hay un conocimiento y un desarrollo con el transcurso del tiempo, que llevó a que conversáramos con él y que a él le gustara la idea, donde definimos roles y actividades a desarrollar. Fundamentalmente, lo que nosotros le pedíamos era mucha presencia en el territorio y coordinar con las diecinueve intendencias, con las direcciones de Turismo de las intendencias departamentales; más allá del signo político que tuvieran, para nosotros era importantísimo el desarrollo de una política de Estado y más aún con emergencia sanitaria y con pandemia. Era una tarea titánica fortalecer los territorios, tratar de sostener la mayor cantidad de operadores y de trabajadores activos en el sector con las enormes dificultades. Hay que… Muchas veces

pasa el tiempo y nos vamos olvidando: en 2020 teníamos pandemia y no había vacuna. Entonces, era el estímulo, por un lado, al ejercicio de la actividad turística interna, protocolizada, cuidada.

Yo recuerdo que el primer sector en reabrir fue, para vacaciones de julio, el corredor termal del Uruguay, que estaba cerrado por el primero de los decretos de marzo de 2020. Allí trabajamos junto a las intendencias, junto al Ministerio de Salud Pública, en la elaboración de un protocolo bien estricto, que implicaba que hubiera un aforo determinado y ahí no podía entrar más cantidad de personas. El aforo era coordinado -y efectivamente controlado- entre Turismo, la intendencia y Salud Pública, las direcciones departamentales de Salud de cada intendencia, que en este caso eran Salto y Paysandú porque son los únicos dos departamentos en los que hay termas.

(Interrupción del señor representante Rodrigo Albernaz Pereira)

——Sí; también pidiendo el certificado. Obviamente, los establecimientos que brindaban servicios tenían una certificación visible que aseguraba que se estaba cumpliendo con los protocolos que exigían Salud Pública y el Ministerio de Turismo para que pudieran funcionar.

Lamentablemente, este rol y esta función que le encargamos al director nacional en los hechos no se dio nunca. Creo que en un año y medio de gestión fue en una sola oportunidad al litoral -fue la recorrida que hizo-, y otra recorrida en la que nos acompañó al departamento de Maldonado.

"¿Qué vinculación mantenía Usted al momento de asumir la titularidad del Ministerio con los señores Elbio Rodríguez y Daniel Reta?".

Con Elbio Rodríguez tengo conocimiento y amistad desde la adolescencia. Lo conozco -como se puede decir- desde toda la vida, situaciones que son más normales de lo común en el interior del país que en la capital. Y con el doctor Daniel Reta tenía conocimiento porque yo me casé con una mujer que tenía un hijo, que no era mi hijo biológico, pero sí lo crié como tal y como propio -desde que tenía tres años estuvo junto a mí-, y cuando lo inscribí en el colegio -fui a inscribirlo en el Colegio Saint Catherine's, en aquel momento- el director del colegio era el señor Daniel Reta. Después ese colegio se transformó en Saint Clare's y lo seguía siendo, y mantenía, cada tanto, por diferentes situaciones de coordinación o de conflictos que pudieran darse con el chiquilín -cosas normales del desarrollo de cualquier chiquilín en la vida escolar-, contacto con él, y tengo conocimiento, entonces, exactamente, desde el año 2005.

No es vinculante el conocimiento de uno con el otro. O sea, los conocía a los dos, pero no a uno por la vía del otro, sino separadamente.

"¿Conoce usted la vinculación […]", lo acabo de decir.

"¿Cuál fue el rol del Sr. Elbio Rodríguez durante su gestión en el Ministerio? ¿En qué períodos y en qué temas actuó?". Al señor Elbio Rodríguez -como él bien dijo- yo lo invité a mi ceremonia de asunción; lo invité a que me acompañara -como a tanta gente amiga y a la que uno le tiene afecto- el 2 de marzo al Ministerio, que estaba, felizmente -para lo que es la tranquilidad de uno-, desbordado de gente. Fue, según opinó la crónica de la prensa, el Ministerio en el que hubo mayor cantidad de gente en las asunciones que se dieron durante todo ese día. Y, obviamente, por ser Maldonado un departamento turístico esencialmente y por el ministro pertenecer al departamento de Maldonado, habiendo sido diputado en cuatro períodos confirmado por la ciudadanía, había una altísima cantidad de gente presente del departamento de Maldonado: operadores turísticos, amigos, compañeros políticos, y él estuvo allí; no tuvo asignado ningún rol. Me costa que se

conoció con el doctor Pérez Banchero en estas instancias. Asesor mío no lo fue; lo he dicho cada vez que me han entrevistado, lo digo y lo aclaro, porque ese es un rótulo que le puso la prensa y ha continuado. No fue asesor mío el señor Elbio Rodríguez. Sí lo vi en el Ministerio de Turismo en un par de oportunidades en que fue a saludarme, y según el conocimiento que yo tenía estaba asesorando al doctor Pérez Banchero por su conocimiento y su *expertise* en materia de publicidad digital, a solicitud de Pérez Banchero, porque era un tema que le correspondía a su unidad, a la Unidad Ejecutora 003 y a la División Marketing, y allí estaban ensayando y analizando todo lo que tiene que ver con el desarrollo de esa estrategia. Y debo ser cien por ciento honesto, porque así como digo que lo estaba asesorando al doctor Pérez Banchero, no es mi *expertise* tampoco la publicidad digital; es un tema que me resulta bastante ajeno a comprenderlo y confié plenamente en cómo lo venía haciendo la agencia, lo que hablé con el titular de la agencia en más de una oportunidad. Él me aseguró y me dio certezas de que la agencia tenía mecanismos de contralor, porque lo que se da ahí es cómo se controla la publicidad digital. Esa es la duda que se le da a cualquier jerarca. Yo contrato, en realidad, cuando estoy contratando aire contrato el rodaje de una campaña en digital y ¿qué certeza tengo de que lo que invertí y la cantidad de veces que salí y que me visualizaron se dieron y tienen una conectividad con lo que estoy pagando? Esa era una duda que a mí se me generaba, que quería saber, porque realmente no era especialista en el tema. El señor Moré a mí me aseguró que la agencia tenía herramientas que aseguraban el contralor del rodaje de las campañas y que efectivamente se cumplieran los contratos, tal cual, en cuanto a cantidad y calidad y eran contratados los servicios con las diferentes empresas, y sobre todo las visualizaciones y los clics, los famosos clics en publicidad digital, que es una tendencia y más aún en pandemia. Creo que si ya venía siendo una tendencia todo lo vinculado a lo digital, el hecho de que por parte de la Organización Mundial de la Salud se haya advertido que el papel era vector de trasmisión del virus, o el folleto, hizo que en todo el año 2020 no se utilizara un solo folleto y, obviamente, pasó a tener el rol protagónico de importancia. Por lo que ha sido el avance de la tecnología en todos estos años lo digital pasó a ser exclusivo; prácticamente no hubo papel, no hubo folletería, que también era una manera de promoción del Ministerio de Turismo. De hecho, en campañas anteriores, en el ingreso de fronteras y también en lugares claves, en centros de información, se proporcionaban mapas, folletos, afiches -en fin- publicitando diferentes destinos del país, y a partir de este impedimento por el covid pasó a ser cien por ciento digital.

"¿Usted instruyó al entonces director nacional de Turismo, Dr. Martín Pérez Banchero, para que el Sr. Elbio Rodríguez lo apoyase en su gestión?". No. Ellos se conocieron y comenzaron a hablar sobre el tema. Sí sé que en más de una oportunidad estuvieron reunidos y lo reconoció incluso el propio exdirector nacional cuando vino aquí a la Comisión, que había mantenido reuniones de análisis con el señor Elbio Rodríguez.

"Usted ha declarado públicamente que el Sr. Elbio Rodríguez no era su asesor. ¿En qué condición estuvo vinculado a la gestión del Ministerio de Turismo?" Creo ya haberlo contestado.

"¿Cómo califica ya que entiende que no era su asesor, su vinculación con el Sr. Elbio Rodríguez, en lo referido a su actuación en el Ministerio?". Creo que ya lo contesté.

"¿Usted participó en reuniones de coordinación con el exdirector nacional de Turismo, Sr. Pérez Banchero, y el Subsecretario de Turismo, Remo Monzeglio, relacionadas a establecer directrices vinculadas a la temática de contratación de publicidad en la cartera?" A ver, de nuevo voy a ubicarlos en el contexto. El 90% del Ministerio estuvo con teletrabajo durante un año y medio. Las unidades del Ministerio estaban, prácticamente,

vacías; estábamos los jerarcas y algún buen valiente funcionario que seguía yendo, porque por decreto estaban autorizados a no ir.

Reuniones de coordinación tuvimos muchas -con el director nacional, con el director general de Secretaría, con el subsecretario- en lo que tenía que ver con muchísimos temas.

Obviamente, el tema del área Marketing estuvo presente en las diferentes reuniones de análisis que teníamos. No recuerdo en cuántas exactamente, pero sí que nos reunimos para analizar un poco cómo venía marchando la División de Marketing, sobre todo, porque hubo una campaña que lideró Marketing, conocida como Campaña de Colores, para la vacaciones del mes de setiembre, en la que también se insistía en la utilización de la protocolización y en el distanciamiento, y se promovían, fundamentalmente, destinos y lugares al aire libre, donde hubiese esparcimiento. Allí tuvo un rol activo la División de Marketing. Eso lo coordinamos con el doctor Pérez Banchero y las diferentes autoridades del Ministerio en su momento.

"¿Cuál es el motivo por el cual usted conformaba facturas de proveedores, cuando el control de la ejecución del servicio o entrega del bien lo realizan las unidades ejecutoras y no el Ministro?".

En ningún…

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Se salteó las preguntas 12 y 13.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- "Usted tiene conocimiento de que el sr. Elbio Rodríguez tenía acceso a información de las contrataciones de publicidad del Ministerio […]?".

No, no tengo conocimiento. Creo que fue muy claro el señor Elbio Rodríguez. Puede tenerlo el señor Elbio Rodríguez o Juan de los Palotes. Es toda información pública que está publicada en las compras del Estado. Él lo explicó claramente cuando compareció en la Comisión. Así me pareció entenderlo; no sé qué fue lo que entendió el resto de la Comisión. Lo explicó; inclusive, utilizó el sitio web público del Estado para comparar y entender de dónde había sacado la información.

No es ninguna información secreta. Puede llegar a la misma el señor Rodríguez, el señor Sánchez, cualquiera de los que estamos en esta Comisión o cualquier ciudadano que no tenga ningún vínculo con el Ministerio de Turismo, pero tenga la simple curiosidad de querer saber cómo se están invirtiendo los rubros y en qué se está gastando el dinero. Puede acceder a la información porque es pública.

La pregunta trece ya la contesté.

La catorce: "¿Cuál es el motivo por el cual usted conformaba facturas de proveedores, […]". No está en ningún lado, a texto expreso, que el ministro no lo pueda hacer; no existe la imposibilidad. Cuando se conformaban los gastos -porque yo era consciente de que se habían realizado-, una vez que cumplía con todo el trámite administrativo, también las conformaba como ministro y como responsable de las mismas porque sentía la responsabilidad de hacerlo como parte del equipo y cabeza máxima. No estaba impedido por ninguna norma, ni por el Tocaf ni por ninguna otra acordada o decreto, a no poder hacerlo.

"¿Además de percibir su salario como Ministro, recibía alguna otra compensación sea por viáticos, gastos de alimentación, combustible, telefonía?".

Sí, claro, como todos los ministros; como todos los ministros en esta Administración y en las administraciones anteriores.

Cuando salíamos y recorríamos, recibíamos viático e íbamos en el auto oficial con el chofer. El combustible, obviamente, era pagado por el sistema Sisconve, que tiene sintonía cuando uno informa dónde estuvo con el lugar donde se recargó combustible.

SEÑOR PRESIDENTE.- Perdón, diputado Cardoso.

Me parece que la pregunta 15 quedó pendiente. A menos que usted haya interpretado que al responder la 14 también respondió la 15...

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- "¿En base a qué normativa sé habilitaba a conformar facturas al dr. Daniel Reta, adscripto al Ministro durante su gestión? ¿Conoce usted el TOCAF y podría mencionar alguna norma que permita realizar esa actividad a alguien que no es ordenador del gasto?".

A ver: el doctor Reta lo que hacía era dar su conformidad y, después, esto era elevado al ministro.

Podría decirles que no conozco ningún artículo del Tocaf que prohíba que un adscripto pueda conformar un gasto; no lo conozco. No existe la prohibición expresa. Y nada de lo que no esté prohibido, puede dejar de hacerse.

Incluso, no lo firmaba como ordenador de gasto porque la firma final era la del ministro. Sí daba su conformidad, en algunos casos -porque no estaba inhibido a hacerlo-, pero no era quien conforma la factura para que finalmente se pagara.

La pregunta dieciséis ya la contesté.

"¿Cómo era el mecanismo de estudio y selección sobre contrataciones de Publicidad en el Ministerio de Turismo mientras estuvo al frente de dicha cartera? ¿Ese mecanismo tuvo cambios a lo largo del vínculo? ¿Qué rol jugaba la agencia en ese proceso?"

Todo. Siempre enviábamos absolutamente todas las contrataciones para que fueran estudiadas y avaladas por la empresa. De hecho, llegaban un sinfín de propuestas al Ministerio, que por orden estricta del ministro eran derivadas a la agencia y, otras tantas, iban directamente a la agencia.

En mi pasaje por el Ministerio de Turismo fueron a verme, a mi despacho, porque vivimos en un país muy chico y uno de los roles más específicos del Ministerio de Turismo es comunicar, anunciar para vender turismo y tratar de lograr captar la mayor actividad posible, en este caso dentro del territorio nacional, la movilidad entre personas, desde el dueño del *Canal 12* -que es tocayo mío: Cardoso, de apellido- y dueños de medios hasta coproducciones de medios, de programas, personas. Recuerdo que fue a verme el señor Beltrame, que tenía un programa de turismo que recorrría diferentes lugares del país. Se reunió conmigo en más de una oportunidad el señor Grille, dueño de *Caras y Caretas*. Con todos siempre estuvo claro que nosotros íbamos a conciliar con la agencia, pero la palabra final en cuanto al estudio -porque tenía la expertise que yo no tenía en cuanto a conocimiento y profesionalización de la utilización de medios- era de la agencia. Para algo cobraba un *fee* de US$ 9.500 mensuales: porque eran los profesionales en la materia. Entonces, en esos términos es que nosotros confiábamos plenamente en la agencia.

Esta fue una agencia que heredamos de la Administración anterior. Estaba contratada, licitación mediante. Venía con un contrato que vencía el 31 de marzo. Ese contrato también establecía que en el caso de no querer continuar, para hacer un nuevo llamado a licitación, se debería notificar a la agencia de publicidad con sesenta días de anticipación a ese plazo del 31 de marzo. Sesenta días previo al 31 de marzo, era fines de enero, cuando quien habla no era ministro y estaban al frente del Ministerio de Turismo las

autoridades salientes: Liliam Kechichián, Benjamín Liberoff y Hyara Rodríguez. No formó parte ni se nos puso en conocimiento esta situación en la transición, ni se nos preguntó si teníamos opinión formada en cuanto a si se le renovaba o no por un año más a la agencia. El 1º de marzo, al asumir nosotros y haber expirado el plazo de sesenta días con anterioridad al vencimiento del 31 de marzo -que era veintiocho días después de que nosotros habíamos asumido-, no tuvimos otra alternativa que continuar con el contrato.

Así que no tengo nada que decir. Igualmente, no tengo críticas a la agencia; lo digo con total honestidad. Siempre que recurrí a ella actuaron con mucha profesionalidad. Confié en ella y en los informes que me elaboraba. Y todos, absolutamente todos los expedientes sobre los cuales nosotros tomamos resolución… Es más: expresamente le pedíamos a nuestros asesores y a los cargos jerárquicos que cuando nos trajeran acuerdos y resoluciones, decisiones para tomar en lo que tenía que ver con el *marketing*, hubiesen pasado por la agencia.

"¿Recuerda cuántos expedientes con contrataciones de publicidad fueron observados por el Tribunal de Cuentas durante su mandato? ¿Y los motivos de las observaciones?".

Fueron dos. En ninguno de los dos se objetó la urgencia ni la compra directa, sino que hubo pronunciamiento del Tribunal por unanimidad, coincidiendo.

Una de las observaciones fue porque no se logró entrar con setenta y dos horas de anticipación al Ministerio de Economía; por una situación de urgencia que implicaba la pandemia, necesitábamos asegurarnos los lugares y que íbamos a tener presencia en los diecinueve departamentos del país, y cuantos más días transcurrieran, corríamos el riesgo de no tener esos lugares que estábamos necesitando. Entonces, fue ahí que en base a ese cambio en la estrategia que hubo que hacer sobre la marcha, por la emergencia sanitaria y por las medidas que el gobierno había tomado de estímulo al ejercicio de la actividad y a que entendíamos que había que darle un profundo e importante conocimiento a la población del país a través de la vía pública, de la radio, de la televisión, no se cumplió con ese requisito del ingreso. Sí fuimos al Ministerio de Economía; no lo salteamos. Nos presentamos en el Ministerio, pero ya había comenzado la ejecución, sobre todo, en canales. El expediente estaba formado por muchas contrataciones, no solamente las de la vía pública; también había radio, televisión, periódicos. Esta es una manera muy normal de trabajar del Estado. Es decir: no con los medios del extranjero, pero sí con los medios locales, con los que hay un conocimiento de muchísima cercanía, muchas veces se vencen los saldos y se continúa, previo a que exista la orden expresa. O sea: ahí hay un corrimiento en la fecha. Pero es de público conocimiento que las campañas se corren, se cotejan. Por eso lo que hablábamos, de que hay un sinfín de observaciones y de falta de certificación del Tribunal de Cuentas, incluso, en las administraciones anteriores, sin pandemia, y en las intendencias de todos los partidos políticos. Es una acción normal en la administración pública.

Una observación fue por la falta de certificación.

La otra, que fue levantada, fue por falta de inscripción en el RUPE. Cuando se inscribió en el RUPE, fue levantada esa observación

Por lo cual, ninguna de las observaciones pasó a la Asamblea General. Cuando el Tribunal de Cuentas observa el gasto, por las razones que sea, la Administración tiene la potestad de contestar en un informe por razones fundadas por qué hay que insistir con el gasto. El Tribunal de Cuentas tiene dos opciones: volver a observar y enviarlo a la Asamblea General -es un mecanismo último, en el que dice: "No, no. Pará. No podés hacer lo que querés"- o dar por buenas las razones de urgencia y los fundamentos que expone el jerarca para reiterar el gasto.

En nuestro caso, en las dos oportunidades en que hubo observaciones, la redacción de fundamento de los gastos fueron de recibo del Tribunal, que no los volvió a observar y no envió a la Asamblea General.

"¿Por qué motivos se realizaban las gestiones de certificación del MEF […]". Esta pregunta ya la contesté.

La pregunta diecinueve está contestada, Olmos, ¿no?

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Sí.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- La veinte: "Referido a la coordinación técnica creada durante el período en el cual usted fue Ministro, ¿quiénes la integraban? ¿Cuándo empezó a funcionar? ¿Qué objetivos perseguía esa coordinación? ¿Qué grado de incidencia tenía usted sobre las decisiones que allí se tomaban?".

Esto fue varios meses después de que habíamos asumido al frente del Ministerio. Yo no recuerdo la fecha exacta, pero sí fue producto de varias conversaciones y análisis, tanto con el subsecretario como con el director general de Secretaría.

Como ustedes sabrán, la conformación de los Ministerios del actual gobierno tiene una característica que la hace diferente a lo que eran los gobiernos anteriores: los jerarcas pertenecen a diferentes partidos políticos. Esto, que puede ser visto a priori, de afuera, con algún prejuicio, como algo negativo, implica la necesidad de tener mucho más diálogo, implica la necesidad de tratar de lograr mayor cantidad de consensos, de tener mayor cantidad de miradas, de opiniones, en cuanto a distintos temas.

Entonces, esto hacía que, tanto con el subsecretario como con el director General de Secretaría, que los tres pertenecemos a diferentes partidos políticos -el subsecretario es del Partido Nacional; el director General de Secretaría, de Cabildo Abierto-, entendiéramos que analizando a la Unidad Ejecutora 003, el rol, la dinámica, la baja -lo digo con absoluta honestidad y la responsabilidad que implica que yo haya tomado la responsabilidad de nombrar al director Nacional de Turismo-, y viendo que no estaba funcionando como nosotros pretendíamos que funcionara, dando los resultados de productividad laboral en cuanto a recorridas en el territorio, presencia en los mismos, interacción con los gobiernos departamentales, con los gobiernos municipales, alcaldes, etcétera, es decir, mucha presencia en el territorio, fuimos entendiendo que tal vez lo que necesitábamos era darle apoyo a la Dirección Nacional y creamos la Asesoría Técnica, con participación de todos, de la Dirección Nacional, de los adscriptos al subsecretario Óscar Iroldi y Scognamiglio, y del adscripto, para esa Asesoría Técnica puntual, vinculado a mi Secretaría, el doctor Daniel Reta, el director Nacional de Turismo, el área de marketing; también estaba el director General de Secretaría del Ministerio.

Creo que empezó a funcionar aproximadamente entre mayo y junio del año 2020. Esa sería la fecha aproximada en la cual comenzó a funcionar.

Ya dije quiénes la integraban y cuándo empezó a funcionar.

Los objetivos que perseguía esa coordinación eran esas mismas descripciones de acciones en las que puse énfasis.

En cuanto a la coordinación con el área marketing de las diferentes campañas que teníamos que desarrollar, nos adaptábamos permanentemente a las nuevas modalidades y circunstancias que nos ponía la pandemia, que eran variadas, todo el tiempo. Cito ejemplos. Todos fuimos aprendiendo con el transcurso del tiempo cómo tratábamos de protegernos de lo que era el avance del virus de la pandemia y, sobre todo, de sostener los diferentes sectores de la actividad económica de la vida del país.

Cuando viene la emergencia sanitaria, en honor a la verdad, porque no estaba previsto… Yo lo he dicho en cuanto programa de radio y televisión he ido durante todo este año y medio: si algo no estaba previsto en el programa de gobierno de ningún partido político era asumir y tener que hacerse cargo de una emergencia sanitaria mundial, de un virus que era nuevo, que no conocíamos, para el cual no había vacunas y todo el tiempo nos bombardeaba la información que nos llegaba con diferentes opiniones acerca del modo de contagio, de la línea de contagio, el surgimiento de cepas nuevas, es decir, había una gran incertidumbre.

Cuando en marzo del 2020 decretamos la emergencia sanitaria -como la referencia que teníamos era Europa, por primera vez América del Sur, Centroamérica o quien fuere no era campo experimental del Primer Mundo, sino que, al contrario, iba adelante la pandemia en lo que era el verano europeo- las primeras noticias que teníamos era de que había una disparada y un crecimiento del virus hasta el día setenta y dos, setenta y cinco, después se meseteaba y comenzaba a bajar.

Entonces, todos teníamos la más firme esperanza y convicción de que contábamos a partir de marzo; veíamos cuál había sido el proceso europeo, pensábamos que acá iba a ser lo mismo y que, entonces, en noventa días íbamos a estar fuera de peligro y ya pudiendo soñar con reabrir a la actividad turística con normalidad. Lo que sucedió, que tuvimos que ir aprendiendo sobre la marcha, fue que en ese primer análisis no estaba previsto que iba a haber segunda ola, tercera ola, cuarta ola y que los contagios comenzaron a complejizarse y los CTI empezaron a entrar en situación crítica y que diferentes países tenían necesidad de respiradores. Veíamos en la prensa situaciones horribles en el Primer Mundo, situaciones que uno nunca podía haber llegado a imaginar, en cuanto a que en los hospitales y sanatorios seleccionaban a qué personas sí y a qué personas no, según la edad que tenían, le iban a dar un respirador, porque no tenían para todos y de una manera tremendamente cruel, pero real también, veíamos cómo se seleccionaba quién vivía y quién no. Eso nos impactaba duramente y, obviamente, era el principal adversario a hacer frente, para hacer el mayor esfuerzo posible y tratar de que en nuestro país no pasara eso, como felizmente no pasó. Llegamos a tener un CTI, sí, tensionado, con una cantidad de ocupación récord en la historia del país, pero nunca se le negó una cama de CTI ni un respirador a nadie. Nosotros no llegamos a situaciones límite a las que llegaron los países del Primer Mundo, lo que nos permitió, entonces, por otro lado, ir tratando de equilibrar todo lo que tenía que ver con la actividad turística y la planificación -a la que se refieren en la pregunta 20-, sobre cómo ir haciendo frente a esa dificultad a través de la protocolización, a través del sello de turismo responsable; nuestro espíritu era hacerle llegar a la gente, que también estaba encerrada, que también estaba padeciendo situaciones psicológicas, producto del encierro no deseado, y cuando empezaban a darse en la sociedad diferentes manifestaciones que complejizaban las relaciones humanas de las personas por el encierro, la promoción de espacios verdes y el aire libre, con el distanciamiento y la higiene que estaba previsto en las protocolizaciones. Eso todo formaba parte de este grupo de análisis de cómo íbamos avanzando, monitoreando día a día cómo seguían la región y el mundo. Yo recuerdo que hasta prácticamente enero del 2020 éramos el único punto verde en toda América Latina. Eso nos permitía seguir teniendo contacto con el resto del mundo, fundamentalmente con Estados Unidos y Europa. Éramos el único país de Latinoamérica que manteníamos contacto y eso permitía el tránsito, fundamentalmente de mercaderías, de mercancías, pero también de pasajeros, que venían al amparo de los decretos que estaban vigentes, que eran las nueve excepciones; finalmente, a partir de algunas modificaciones que se fueron haciendo al decreto original -si mal no recuerdo, creo que fueron dos las modificaciones que se fueron haciendo en el transcurso del tiempo- se habilitaron nuevas

modalidades y características de excepción. La coordinación técnica coordinaba, en una situación muy atípica, con el resto de los Ministerios: con Salud Pública, sobre todo, porque la actividad turística era la que más sufría, producto de la pandemia, por tener puerto cerrado, aeropuerto cerrado, ingresos de fronteras terrestres cerradas; sufría una cantidad muy importante de actividad vinculada al turismo y a los servicios: la gastronomía, los salones de fiesta, los espectáculos artísticos, culturales, todos ellos realmente sufriendo las consecuencias, que eran cuantificables y arrojaban resultados tremendos en cantidad de dinero; también estaban las tantas otras que en una primera visualización no se ven, pero que también sufrían, como los *disc jockey*, los mozos de los *catering*, las modistas, las personas que se dedican a pintar y a preparar a las señoras y a las chiquilinas cuando tienen cumpleaños de quince, los casamientos. Es decir: un sinfín de actividades se vieron perjudicadas y dañadas. Nosotros, entonces, coordinábamos tanto con el Ministerio de Salud Pública, por las medidas sanitarias, como con el Ministerio de Trabajo y el Banco de Previsión Social, intentando atender y llegar a la mayor cantidad de trabajadores posibles que estaban afectados, para que fuesen tenidos en cuenta todos, que no quedase ninguno afuera, porque la situación era realmente muy compleja y siempre, siempre, cuando se hacía el listado aparecía alguno que había quedado por fuera, producto del relato que acabo de hacer de actividades que no se podían visualizar como primeras actividades vinculadas al turismo y los servicios, pero que también, producto de la paralización de todas las actividades, estaban sufriendo. Allí también se coordinaban en ese equipo técnico las decisiones que se tomaban.

Dije cuándo empezó a funcionar, los objetivos que perseguía esa coordinación. "¿Qué grado de incidencia tenía usted sobre las decisiones que allí se tomaban?". Y, bueno, tenía la incidencia que tiene la opinión de un ministro, pero no eran decisiones unilaterales, trabajábamos siempre en equipo por lo que le expliqué recién, que había una unidad ejecutora en el Ministerio cuyos tres principales jerarcas pertenecían a partidos políticos diferentes y eso hacía que tuviéramos que tener inexorablemente una vocación al diálogo, a compartir con el resto de los compañeros y a hacer frente a las dificultades que ponía la pandemia por delante, tomando aquellas decisiones en las que estábamos de acuerdo en que eran las mejores, en esa lucha continua y permanente el equilibrio entre lo que era atender a lo urgente, que era la pandemia y el estado sanitario de la población en general.Pero también nos ponía por delante y como desafío atender y proteger la salud de los miles de trabajadores vinculados al sector del turismo y los servicios, que estaban expuestos, lógicamente, porque turismo y servicios lo que hace es tratar con público, y darle garantía y certeza a quien se decidiera a ejercer actividad turística, ya fuese en un hotel de Montevideo o del interior del país, de que en él se estaba cumpliendo con los protocolos y se estaba haciendo el máximo de los esfuerzos para que la persona se sintiera cuidada, segura y para que no se viera contagiada; digo, porque lo dijimos siempre, que tuviera la certeza de que se estaba haciendo el máximo esfuerzo para no contraer el virus, porque no podíamos garantizar que no fuera a contraer el virus

Esa también era una pelea que teníamos contra el destino, porque realmente todo se volvía muy dificultoso por el temor que tenía la gente, el miedo que tenía la gente a contraer el virus. Eso hizo que fuésemos muy estrictos y coordináramos todo el tiempo con Salud Pública, en lo que era la aplicación de los protocolos y el cuidado de la atención al público, el uso de las mascarillas, la aplicación de los separadores en la gastronomía y en lugares en que había atención al público, también en hotelería, entre las diversas acciones que llevamos adelante.

"¿Cuáles fueron los motivos que llevaron a la designación del denominado 'Comité de Marketing', integrado en su momento por el Sr. Pérez Banchero, el asesor Sr. Daniel Reta, Oscar Iroldi, que trabaja como parte del equipo del Subsecretario Remo Monzeglio y la funcionarias, Serrana Díaz y Natalia Andreoni?".

Bueno, los motivos que he señalado. Entendíamos que como el doctor….

Primero, en lo que es la función y la competencia de la Dirección Nacional de Turismo, fuera del área marketing, porque también tiene competencias la Unidad 003… O sea, la Unidad 003 no solamente se hace cargo y tiene responsabilidad sobre el marketing; sí el marketing depende de la 003, pero hay otro montón de competencias que tiene el director Nacional que son ajenas al marketing estricto.

En lo que eran las competencias que tenía, ajenas al marketing, nosotros realmente estábamos evaluando con preocupación cómo venía siendo el desempeño de esta unidad, en lo que tenía que ver con la coordinación con los territorios. Es más: teníamos quejas de varios directores de Turismo que nos hacían llegar la falta de comunicación y de entendimiento y, fundamentalmente, de trabajar en equipo entre los departamentos del interior y la Dirección Nacional de Turismo para poder coordinar acciones en conjunto.

Entonces, como allí había una flaqueza se crea este comité y en el Comité de Marketing exclusivo, el doctor Pérez Banchero, respondía a mi partido político y nosotros entendíamos que tenían que estar allí representados también otras visiones para tomar las decisiones; así fue que se integró al subsecretario con sus asesores y también formaba parte, en la medida en que le era posible y así lo quería hacer, de las decisiones, el director General de Secretaría del Ministerio, con estas funcionarias. Las funcionarias Serrana Díaz y Natalia Andreoni tuvieron un rol protagónico con la División de Marketing y la Dirección Nacional en la ejecución de la campaña Uruguay en Colores. En honor a la verdad, no tuvimos las mejores críticas para el desarrollo de esa campaña. Nosotros quisimos darle la posibilidad a la unidad de marketing; fue la agencia que coordinó con Marketing, a lo inverso de lo que venía haciendo, porque queríamos tener la posibilidad de medir cuál era el alcance de la profesionalización y de los colaboradores de carrera que teníamos en el Ministerio, en cuanto a que tuvieran la posibilidad de opinar, de incidir y de decidir en lo que eran las campañas estratégicas comunicacionales y le dimos una cuota importante de confianza. Es más: la campaña Uruguay en Colores fue elegida y, de alguna manera, planificada por el área de Marketing del Ministerio, y no por la agencia. La agencia después coordinó, hizo algunas modificaciones y la aplicó. Igualmente la actividad que desarrollamos en el 2020, en el estand que históricamente tuvo el Ministerio de Turismo en la exposición de la Rural del Prado. En el 2020 hubo exposición en la Rural del Prado protocolizada. Lo recuerdo de nuevo, porque siempre es bueno tratar de pararse en el lugar y en las circunstancias. Estábamos en setiembre de 2020, sin vacunas y con un nivel importante de avance del virus tanto en Argentina como en Brasil. Entre los dos países forman más del 80% de los clientes que tenemos en cuenta turística.

Allí se desarrolló una campaña del Ministerio del Turismo por parte de la Dirección Nacional y el área de Marketing, que tampoco nos conformó o, por lo menos, estuvo por debajo de las expectativas que se nos habían generado, con la contratación y aplicación, a sugerencia de la División de Marketing y de la Dirección Nacional, de una aplicación para ganar viajes y destinos dentro del territorio nacional, vacacionales, que no tuvo la cantidad de apertura que nosotros esperábamos. Por lo menos, así se nos planteó por parte de la División Marketing y de la Dirección Nacional en cuanto a que tendría un éxito muy importante el desarrollo de esa campaña en lo que tenía que ver con la cantidad de acciones y de intervenciones con las personas que visitaran el estand. No lo tuvo y estuvo bastante por debajo de esas expectativas.

Sí estuvieron allí, en estas dos acciones directas que yo describí sus características, Reta, Iroldi, Serrana Díaz y Natalia Andreoni; participaron en las dos: tanto en la campaña Uruguay en Colores como en lo que fue el desarrollo de la estrategia del estand de la Rural del Prado que el Ministerio llevó adelante para intentar atraer la mayor cantidad de visitas. Repito: era un escenario de muchísimas dificultades y mucho miedo; la gente ni siquiera se acercaba físicamente a más de un metro de distancia uno de otro; uso de tapabocas y alcohol en gel todo el tiempo. Casi que ni siquiera el choque de puño existía. En gran medida la gente se saludaba de lejos por miedo a lo que era la línea de contagio del virus. Y yo creo que a eso también obedeció el desarrollo y el desenlace, fundamentalmente, del bajo resultado de la campaña en la Rural del Prado. No así Uruguay en Colores, que tuvo amplia repercusión en radio y televisión. A nuestro juicio, por la crítica que recibíamos, no fue del todo comprendida o sentida como que estaba anexada a lo que era el desarrollo de una campaña de estas características por parte del sector turístico.

La pregunta 22 dice: "Usted contrató como adscripta a la escribana Virginia González Rivero? En caso afirmativo ¿qué funciones cumplía en el Ministerio de Turismo? ¿De dónde la conocía o quién le recomendó su nombre para la contratación?"

Contraté a la escribana Virginia González Rivero y al doctor Álvaro Paolino, por quien no se pregunta aquí; a los dos. El doctor Álvaro Paolino tiene *expertis* en derecho administrativo y trabajaba con nosotros en todo lo que tenía que ver con los temas de consultas jurídicas del Ministerio, del funcionamiento, de funcionarios, de acciones, de traslados y de asesoramiento en lo que era la firma de contratos.

Recuerdo, a modo de ejemplo, que nosotros fuimos dilatando la fuerte presión que había tanto de Air Europa como de Iberia -éramos el único país de toda América Latina que seguíamos volando- por renovar un convenio que venía de la Administración anterior. Un convenio del orden de los trescientos mil dólares y de más de doscientos y pico en la otra. Dentro de ese convenio estaba la utilización de pasajes a favor; formaba parte del dinero que el Ministerio le había pago en la Administración anterior a estas compañías. Entonces, más allá de que existía la conectividad, nosotros peleábamos -y lo logramos- porque nos extendieran el plazo porque tenía expiración la utilización de una cantidad muy importante de pasajes que el Ministerio tenía a favor; más de sesenta teníamos con cada compañía al momento de asumir. Lógicamente, como cualquier privado que quiere hacer su mejor negocio, en una situación crítica en el mundo de la aeronáutica y de las empresas aéreas, querían poner caducidad a la utilización de esos pasajes y si no los usábamos, que los perdiéramos y que en una nueva contratación, en un nuevo *sponsoreo* tuviéramos la posibilidad de contratar. Eso lo fuimos dilatando y evitando, pero esto implicaba la ida y venida de contratos, acuerdos. Allí tuvo participación el doctor Paolino y consultamos más de una vez a la escribana Virginia González.

A Virginia González la conozco desde que nació; cumple el mismo día que yo, pero es menor. Debe ser unos cinco o seis años menor. Tengo conocimiento de su familia de toda la vida; su madre fue la jefa de la oficina electoral del departamento de Maldonado durante años. A su vez, su abuelo, el padre de su madre, fue un destacado médico del departamento de Maldonado y diputado por el Partido Nacional, el doctor Elbio Rivero. Tengo conocimiento desde que nació de toda su familia; la conozco en la vida profesional. Incluso, le he hecho consultas en más de una oportunidad; es una muy buena funcionaria.

Como dijimos públicamente en más de una oportunidad -no se pudo concretar por el covid; ojalá lo pueda concretar la Administración actuante en este momento-, nosotros queríamos apuntar a la descentralización. El Ministerio de Turismo es un ministerio chico,

que tiene pocos funcionarios. Como aquí se ha dicho -tanto de parte nuestra como de parte de las autoridades anteriores-, funciona en una concepción absolutamente capitalina. O sea que cualquier operador turístico para hacer un trámite de habilitación, de aval, de registro en el Ministerio -inmobiliario, gastronómico, transporte turístico, hotelería o el que sea- tiene que venir al Ministerio de Turismo a Montevideo. Nosotros aspirábamos a crear oficinas regionales que fueran descentralizadoras de la actividad y a que el operador turístico, no solo de Maldonado -que son miles por la trascendencia, el peso y el impacto que este departamento tiene-, sino también de Rocha, Treinta y Tres y de Lavalleja, no tuviera que venir a las oficinas del Ministerio de Montevideo. Muchas veces a la gente del interior eso le genera mayores dificultades. La idea es que pudieran hacerlo en las oficinas regionales. Como esto implica la revisación de contratos, la generación de trámites administrativos, la escribana Virginia González siempre estaba en contacto con el director del área de registros que nosotros nombramos, el escribano Bécker, para que una vez que pudiéramos dar paso a la apertura… Recién los funcionarios del Ministerio comenzaron a retornar la semana que nosotros renunciamos. Ahí la actividad administrativa empezó a acercarse lo más posible; incluso, no era normal. La primera decisión que tomamos fue que quince días después se reintegrara el 50% de los funcionarios. Hoy desconozco si se han reintegrado el 100% de los funcionarios. Seguramente sí. En ese momento la tarea que teníamos asignada estrictamente para la escribana González Rivero era que fuese la jefa, la coordinadora de la oficina regional este, que está en el Paseo Ancap de Punta del Este, para que allí funcionara, porque teníamos el espacio físico suficiente. Son dos las oficinas que la Intendencia le cede al Ministerio para que en una de esas oficinas funcionase una unidad de servicio descentralizado de la dirección de registro de operadores turísticos del Ministerio.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias diputado Cardoso. Había cuatro preguntas que no estaban entre las escritas.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No; dos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Dos del diputado Albernaz, pero cuatro que había formulado el diputado Olmos.

Yo tomé nota, pero, quizá, sea mejor que el diputado Olmos las reitere así no caemos en algún error u omisión.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Agradezco al diputado Cardoso las respuestas que nos ha dado.

La primera de las no impresas -digamos- era la referida al plan estratégico y a las tres "R" que tenía como guía. Lo han mencionado varios de quienes fueron invitados a la Comisión. Quiero saber si ese documento está disponible y si existe y sus características.

La segunda es si conoce los montos de publicidad interna -es decir, en el país- entre 2010 y 2019 -los promedios anuales- en vía pública, radio, televisión y prensa escrita.

La siguiente es lo mismo, pero sobre la publicidad digital interna.

La última es sobre el funcionario de *marketing*, si hubo reubicaciones ya sea desde *marketing* hacia otras áreas o desde otras áreas hacia *marketing*, cuántas y cuáles fueron los motivos.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Empiezo por la última. Sobre cambios y traslados de los funcionarios de *marketing*, sí hubo. Hubo, pero siempre respetando lo que es la preparación académica de los funcionarios. Quien estaba a cargo de la División de Marketing, que es la licenciada Serrana Díaz, renunció con tres meses de anterioridad a que nosotros decidiéramos que pasara a prestar funciones en el área

Comunicaciones del Ministerio, lo cual tiene una estrechísima vinculación con la titulación universitaria que ella tiene porque, justamente, los licenciados en *marketing* son licenciados en *marketing* y comunicación. Ese fue uno de los cambios.

Otro cambio que no llegó a darse es el de la otra funcionaria para el área de Marketing, pero al 21 de agosto no había llegado a ejecutarse.

Sobre el plan estratégico de las tres "R", sí se aplicó. Nosotros llegamos al Ministerio de Turismo con un plan que no tuvo absolutamente nada que ver con lo que nos tocó transitar. Llegamos con un plan de hacer una muy fuerte apuesta en materia de turismo. Nuestra planificación era tener la mayor conectividad posible con el mundo porque somos por definición… Cuando nosotros analizamos la cuenta de cantidad de turistas nos encontramos con que el 72% de los visitantes o de turistas que llegan al país son extranjeros, lo cual nos define como un país, esencialmente, de turismo receptivo, y que el 28% forma parte de la cuenta de turismo interno. Allí nosotros veníamos con la definición de estimular muchísimo la conectividad aérea, extra regional, pero también de la región. ¿Cómo y por qué?, ya que el diputado Olmos preguntaba por problemas estratégicos. Estamos a la misma distancia territorial de la provincia de Buenos Aires que del estado de Río Grande Do Sul, con una característica distinta: es más densamente poblado el estado de Río Grande Do Sul que la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, cuando nosotros hacemos el análisis de la cantidad de turistas, notamos que de cada cinco argentinos, viene un brasilero. Evidentemente algo no estábamos haciendo bien; había que corregirlo o innovar. Ahí había una definición bien determinada de avanzar muchísimo con la promoción, hermanamiento de ciudades y presencia en Brasil, pero fundamentalmente en Río Grande do Sul. Por tanto, tomamos contacto con la agencia Azul que es, en honor a la verdad, mérito de nuestra Administración. Como ustedes habrán visto, hace unas semanas comenzó a volar. Siempre tuvimos el contacto con las jerarquías de la compañía Azul que, por diferentes razones, había estado a punto de volar en Uruguay en el período de gobierno anterior y diferentes dificultades que -según lo que pudimos atender y entender- eran puestas por la Dinacia. Tenían dispuestas seis naves para operar en Uruguay, pero se demoraron tanto y tanto en los permisos que un día dijeron: "Nos vamos"; se fueron y no tenían previsto volver a operar desde aquí

Esto nos daba la oportunidad de captar turismo, fundamentalmente, con lo que es Sao Paulo hacia arriba, el nordeste brasileño, que Uruguay no tiene ninguna posibilidad de captación. Justamente, a los brasileños poderosos y adinerados del nordeste les queda mucho más cerca, mucho más rápido, mucho más ágil ir a Europa, a Estados Unidos o al Caribe en vuelo directo que venir a Uruguay porque lo tenían que hacer a través de escala en Sao Paulo y, muchas veces, tenían un vuelo de dos, tres o cuatro horas a Sao Paulo con demoras de hasta ocho horas de conectividad para después venir a Montevideo y poder viajar a Punta del Este o a la costa. Es decir, se les hacía eterno porque no teníamos conectividad directa. Entonces, fue ahí que conjuntamente con las autoridades del aeropuerto -el gerente general Diego Arrosa, que nos facilitó mucho-, tomamos contacto con la aerolínea Azul con el objetivo de trasmitirles que había cambiado el gobierno, que estábamos a las órdenes para tratar de agilizar todo lo que fuese pertinente con la Dinacia -y así nos comunicamos con esta- para que la compañía Azul valorara la posibilidad de volver a volar al Uruguay. Felizmente, así se dio. Hace algunas semanas ha comenzado a volar Azul. En Maldonado y Punta del Este el primer vuelo chárter del Hotel Enjoy no fue de Gol como siempre, sino que fue de la compañía Azul y tenemos la certeza -según lo que pudimos conversar con las autoridades actuales del Ministerio de Turismo- de que la compañía tiene la determinación de ampliar las rutas e ir hacia esos mercados que señalamos como muy importantes e interesantes.

Por otro lado, tratar de captar por vía terrestre la mayor cantidad de flujo de pasajeros posibles de Río Grande do Sul. Todo eso el covid nos lo prohibió; nos inhibió de poder desarrollar este tipo de estrategias y tuvimos que reconvertirnos a lo que eran las consideraciones y conclusiones de la Organización Mundial del Turismo. Era una pandemia a nivel mundial y lo que le pasaba a Uruguay, incluso, era atenuado al lado de lo que pasaba en otros lugares del mundo que estuvieron en cierre absoluto durante seis meses, donde no se podía salir a la calle y había toque de queda. Allí fue que se toma el plan estratégico de las tres erres. Creo que cuando vino el técnico Iroldi quedó en enviárselo a la Comisión, si mal no recuerdo; le preguntaron y quedó en enviarlo. Era un plan estratégico que está en el Ministerio y que nos basamos en el mismo para llevar adelante las diferentes estrategias frente a la pandemia y a las etapas de recuperación.

Le voy a contestar al diputado Albernaz…

SEÑOR PRESIDENTE.- Hay dos preguntas, montos ejecutados en publicidad…

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Sí, los montos ejecutados en publicidad son muy parecidos o idénticos a los ejecutados por las Administraciones anteriores.

En lo que tiene que ver con publicidad digital, por ejemplo, en el año 2019 se gastaron US$ 900.000; bastante más de lo que gastamos nosotros. Solamente una empresa, Xaxis, que llamativamente fue cambiada a sugerencia -en nuestro expediente- del director Nacional por Mediamax, esa empresa Xaxis solamente en el 2019 se llevó US$ 500.000 de la contratación de la publicidad digital.

Respecto a los montos en vía pública, fueron parecidos, de pronto no tienen que ser idénticos, pero lógicamente respondían a realidades distintas. En campañas anteriores, seguramente, no se tenía la presencia que se tuvo en diecinueve departamentos del país porque el peso del turismo interno era del 28 % frente al 72 % del turismo externo y pasamos a tener un único público cautivo a seducir: el turismo interno. Allí tuvo un impacto importante de la vía pública en presencia en los diecinueve departamentos del país que creo que está plenamente justificada. De hecho, dio su resultado porque de ese 28 % que nosotros veníamos hablando, que en etapas de normalidad formaba parte de la cuenta del turismo del 72 % de externos, logramos promedialmente, en el mes de enero la ocupación del 51 % de toda la hotelería, hostel y camping habilitados que existían como niveles de ocupación. Esto significa que las medidas de estímulo que tomamos y que le facilitaron en mejor manera y en mayor cantidad a los uruguayos poder hacer turismo, dieron su resultado. La temporada no fue buena ni mucho menos; fue desastrosa para los intereses de la actividad, pero creo que podría haber sido calamitosa para los operadores si no hubiésemos tomado el montón de medidas de sostenimiento que fueron desde la extensión continua y permanente de los seguros de paro en el sector en la medida en que fueran necesarios; descuentos en el Banco de Previsión Social de $ 8.000 por comerciante que sacara un empleado del seguro de paro o que tomara un trabajador nuevo; los descuentos que logramos que se aplicaran en materia de IVA cero a la hotelería; el 9 % de descuento de IVA en el alquiler de autos, en la gastronomía y todas medidas que fuimos tomando en conjunto como planes estratégicos de desarrollo de sostenimiento de la actividad. Todos sabíamos que no íbamos a tener una temporada brillante ni mucho menos, sino que el objetivo era tratar de sostener la mayor cantidad de operadores y de trabajadores vinculados al sector en actividad.

En cuanto a si durante mi gestión se cometió algún delito: no, por supuesto que no. Estoy absolutamente convencido y tengo la total convicción y tranquilidad de no haberlo cometido; en ninguno de los expedientes que hemos analizado ha habido dolo, en ninguno de ellos, por lo cual, no existe delito.

La siguiente pregunta dice: "¿Cuáles serían las diferencias entre las anteriores administraciones y la nuestra en las contrataciones directas?"

Hay una diferencia; a ver: el mecanismo es el mismo: lo ampara el artículo 33 del Tocaf donde describe cuáles son las características de las situaciones que encuadran dentro de ese decreto para recurrir al procedimiento de compra directa. O sea, la justificación jurídica es la misma. Ahora, obviamente, hay una diferencia importante. Nosotros estamos en pandemia, en emergencia sanitaria y no teníamos la previsibilidad de poder planificar un plan de desarrollo de turismo anualizado, como sería lo ideal, tomando como referencia las diferentes temporadas: la alta de sol y playa; carnaval específicamente en todo el territorio nacional; semana de turismo o semana santa -como quiera llamársele de acuerdo a las creencias filosóficas o religiosas- ; vacaciones de julio; vacaciones de setiembre y los feriados largos que también forman parte de otra estrategia, las escapadas de fin de semana largo, como así se le llamaban. Toda esa planificación no la podíamos tener con el debido tiempo de anticipación que, seguramente, lo tenían las Administraciones anteriores porque estaban funcionando con absoluta normalidad, incluso, recibiendo un flujo muy importante de turistas, de extranjero, de personas visitantes de fuera del Uruguay como también de uruguayos. Me refiero a uruguayos que viven por el mundo. No olvidemos que cuando aparece la cepa de Manaos, que era altamente contagiosa, el Poder Ejecutivo toma la decisión de tener un verano de fronteras cerradas. Eso impidió que los uruguayos que estaban fuera pudieran venir desde esas latitudes, donde estaban circulando fundamentalmente estas cepas, en los meses de diciembre y enero. En esas fechas viene un flujo muy importante, miles de uruguayos que vienen a pasar las fiestas navideñas y de fin de año con sus familiares y que no lo pudieron hacer. Ahí también tuvimos no solo una pérdida de visitantes extranjeros importantes, sino de visitantes uruguayos que no viven en el país, pero que vienen a ver a su familia, que por lo general tienen el hábito de recorrer el país con ellos, que contratan hotelería, que alquilan autos, consumen servicios afectados al rubro del turismo, y esta vez no lo pudieron hacer. Esa fue una diferencia importante en lo que era la planificación de una Administración con la otra.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, diputado Cardoso. Antes de proponer pasar a intermedio, estábamos revisando la versión taquigráfica y consultando a la secretaría. Efectivamente, cuando compareció el señor Iroldi, el día 28 de octubre, haciendo referencia a la planificación estratégica del Ministerio, en las fojas 33 y 34 hace referencia al plan, y al comienzo de la 34 dice: "Acá tengo documentos de la OMT que se los puedo hacer llegar a la Secretaría para compartirlos con ustedes. Son documentos técnicos de consulta, de asesoramiento a los países".

La secretaría nos informa que estos documentos no llegaron. Por lo tanto, le vamos a solicitar se tenga a bien comunicarse con el señor Iroldi a efectos de que se nos faciliten estos documentos por intermedio del correo electrónico.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Hay una secuencia de correos que el señor Iroldi dijo que habían sido publicados en forma incompleta y ofreció enviarlos a la Comisión, pero tampoco han llegado. Por tanto, si vamos a reclamar, sería bueno incluir ese tema.

Muchas gracias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muy bien, se agrega y se encomienda a la secretaría se hagan las gestiones para obtener esa información.

Proponemos que la Comisión pase a intermedio hasta la hora 14 para concurrir a la Asamblea General.

(Se vota)

——Cinco por la afirmativa: AFIRMATIVA. Unanimidad.

De acuerdo con lo resuelto, pasamos a intermedio.

(Es la hora 13 y 22)

——Continúa la reunión.

Damos inicio a la segunda ronda de preguntas y, a esos efectos, en primer lugar le damos la palabra al señor diputado Nicolás Viera.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Iniciando esta segunda ronda de preguntas, como hemos hecho durante todo el trabajo de la Comisión desde la representación del Frente Amplio, ahora tenemos preguntas específicas que sumamos a las ya realizadas por el diputado Olmos y contestadas por el diputado Cardoso.

Preguntas específicas, en este caso, sobre compra de publicidad digital a Kirma: «1) ¿Cuáles son las razones por las que se optó por realizar una compra directa a una empresa en Estonia? ¿Se evaluaron alternativas por parte de proveedores nacionales? En caso afirmativo, ¿cuáles y por qué se descartaron?

2) ¿Conoce cómo llegó la propuesta de publicidad digital de la empresa Kirma al Ministerio? ¿Supo de su origen en el momento de la contratación?

3) ¿Cuáles son los antecedentes de la empresa Kirma en los servicios ofrecidos al Ministerio y qué justificaron su contratación?

4) En su edición del 9 de setiembre, el semanario *Búsqueda* informa que: "Germán Cardoso declaró a *Búsqueda* que la empresa tiene su dirección fiscal en la capital de Estonia pero está en Montevideo"».

(Interrupción del señor representante Cardoso)

——Podrá acotar el señor diputado Cardoso cuando vaya a contestar la pregunta. «¿Hizo usted esa afirmación? En caso afirmativo, ¿de dónde obtuvo esa información?

5) El diario *El País*, en su edición del 19 de setiembre pasado, en un artículo titulado "Cardoso dio la 'orden' de contratar a la empresa Kirma, según mails internos", transcribe una serie de intercambios por mail entre el señor Oscar Iroldi y funcionarias del Ministerio. En esos correos, el entonces Coordinador Técnico afirma: "La orden de estas contrataciones es del ministro Cardoso, a través de su adjunto Dr. (Daniel) Reta". ¿Podría confirmarnos si esto es correcto y en caso afirmativo, las razones por las que dio esas instrucciones?

6) ¿Usted sabía que la intención del señor Elbio Rodríguez, en tanto realizó trabajos de asesoramientos en el Mintur, era generar a futuro un "negocio lucrativo" que lo beneficiara mediante la vinculación de la empresa Kirma con la agencia de Publicidad Young & Rubicam?

7) Usted firmó la resolución para contratar a las empresas Cisneros Interactive, Kirma Services y Digital Media Technology el día 29 de diciembre de 2020 según consta en el expediente 2021- 9- 1- 0000735. ¿Por qué razón el Sr. Elbio Rodríguez le confirmó a la empresa Kirma Services el día 28 de diciembre (un día antes de la firma de la resolución) que el Ministerio iba a contratar sus servicios?».

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, señor diputado.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Teniendo en cuenta que tenemos divididos por temas las preguntas, recién hice las de Kirma y las contrataciones en el expediente 2067, si mal no recuerdo, y ahora pasaríamos a otras preguntas concretas también sobre otros temas, en la medida en que también el señor diputado Cardoso pueda acceder a la copia de las preguntas.

SEÑOR PRESIDENTE.- Le pido un segundo, señor diputado, a efectos de dejar plasmado en la versión taquigráfica algo de lo que estábamos charlando hace unos segundos fuera de versión.

El propósito de este presidente, y si la Comisión así lo comparte, llevar adelante en las horas que siguen, nosotros debemos cortar unos minutos antes de la hora 16 a los efectos de comparecer al plenario de la Cámara. Si hasta ese momento no fueron respondidas todas las preguntas, pasaremos a un nuevo intermedio, concurriremos al plenario y resolveremos si, en función de la extensión del plenario, que por lo que tenemos entendido -en virtud de lo que nos fue informado por el coordinador del Partido Nacional-, va a ser breve, termina el plenario y retornamos a sesionar a la Comisión. Si, eventualmente, el plenario se extendiese más de lo que está previsto, teniendo en cuenta que durante la media hora previa no se puede habilitar el funcionamiento de esta Comisión, lo haríamos inmediatamente terminada la media hora previa, solicitando autorización para continuar la reunión. Por lo tanto, en la jornada de hoy, si es así que toda la Comisión lo entiende -por lo menos es la voluntad de este presidente-, culminaríamos con la comparecencia del señor diputado Cardoso.

Hecha esta aclaración, tiene la palabra el señor diputado Viera.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Le agradezco la aclaración, señor presidente, y es voluntad del Frente Amplio, en la misma dirección que usted lo ha expresado, terminar en la jornada de hoy.

Por tanto, continúo entonces, con las preguntas sobre los temas específicos. En este caso, sobre la compra de publicidad en vía pública a través de la empresa Netcom: "1) ¿Cuál era la campaña en la que se iba a contratar en forma directa a Netcom por US$ 800.000 y que de acuerdo a declaraciones del entonces director nacional de Turismo no fue ingresada por su oposición a iniciar el expediente?".

Esa es la pregunta sobre ese tema puntual. "Acerca del expediente 2021- 9- 1- 0000735 para contratación de espacio publicitario en vía pública.

1) Del expediente surge una recomendación de 3 adjudicaciones a JC Decaux, por $ 2.277.460, $ 727.652 y $ 1.293.564, en todos los casos impuestos incluidos, que cuentan con informe favorable de la agencia. También hay una recomendación de adjudicación de $ 24.384.053 impuestos incluidos a Satenil S.A (Netcom), pero en los informes de la agencia recomiendan 'evaluar la propuesta para su consideración en caso que se entienda que está alineada a la estrategia vigente del Ministerio'".

Aquí preguntamos: "a. ¿Cuál fue la evaluación que se hizo para proponer esta contratación a Netcom y dentro de qué estrategia estuvo enmarcada? ¿Qué período y territorios cubrió?

b. Del expediente no surge que haya existido resolución del ministro, intervención del Tribunal de Cuentas, informe del Ministerio de Economía y Finanzas ni reserva presupuestal en SIIF.

c. ¿Sabe usted si esos requerimientos fueron cumplidos? En caso afirmativo, ¿sabe usted por qué no figuran en el expediente? En caso negativo, sabe usted las razones y quién dispuso que no se siguieran esas etapas en el proceso de compra?".

Y la segunda pregunta de este tema específico: "2. En su comparecencia ante esta Comisión Investigadora, el doctor Daniel Reta manifestó que Netcom brindó los servicios ofrecidos en este expediente pero que no los cobró. ¿Tiene información sobre si efectivamente el servicio fue provisto por la empresa? ¿Conoce los motivos por los que el Ministerio no pagó por servicios ejecutados?".

Continuamos sobre los temas específicos, en este caso sobre la cena en el piso 40 que también llegó a la Comisión.

"El 3 de marzo Daniel Reta, en esa fecha asesor del ministro, inició un trámite interno para pagar una cena en el piso 40 por casi $ 50.000. Según trascendió, el gasto respondió a una comida con una delegación del gobierno de Brasil y con el secretario General de la Organización Mundial de Turismo.

Usted declaró que desde el restorán 'demoraron en mandar la factura al Ministerio' y luego añadió que 'hubo que mandarla de nuevo'.

El señor Reta declaró a *Búsqueda* que la factura había quedado traspapelada en su billetera y que cuando la encontró la presentó.

¿Podría explicarnos cómo fue el proceso de esa cena y su facturación?".

Ahora otro tema relativo al hotel Serena.

"1) ¿Cuando asumió como Ministro estaba al tanto de la situación del hotel Serena?

2) ¿Usted sabía que la empresa Galiza S.A que intentó adquirir las acciones de la empresa que manejaba el hotel Serena, tenía como principal accionista al doctor Daniel Reta?

3) ¿Usted sabía que la señora Sara Tavares es quien sustituyó al doctor Reta al frente de Galiza S.A?

4) Semanas atrás el señor Bonanata, en declaraciones aparecidas en el semanario *Búsqueda*, manifestó ser el actual propietario del negocio que funciona en el hotel Serena y que está haciendo reformas en ese edificio ¿Le consta que esta sea la situación?

5) ¿Tiene información sobre si el señor Bonanata intentó contactarse con el Ministerio de Turismo para comunicar los cambios y la intención de hacer reformas en el hotel Serena y que el Ministerio no le habría contestado?".

El último tema específico tiene que ver con el programa "Uruguay a toda Costa".

"A) ¿Usted sabe en qué consiste el Programa Uruguay a Toda Costa? ¿Conoce la forma de financiación?

B) ¿Cómo se desarrolló el programa durante su gestión al frente del Ministerio? ¿Durante cuánto tiempo se desarrolló?

C) ¿Usted conoce al licenciado Mauricio Taborda? ¿Qué rol cumplió en el programa? ¿Durante qué tiempo?

D) ¿Usted conoce al señor Wiston Guerra? ¿Qué vinculación mantiene con usted? ¿Qué rol cumplió en el programa el señor Guerra? ¿Durante qué tiempo?

E) ¿Usted conoce al señor Wilfredo 'Fefo' Ruiz? ¿Qué vinculación tiene con él? ¿Por qué razón decidió contratar sus servicios por un monto de $ 4.180.000 más IVA?".

Estas son las preguntas, señor presidente.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, diputado Viera.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——A los efectos de hacer una corrección para la versión taquigráfica, en la pregunta 7 cuando dice al expediente 2021- 9- 1... ¡Exactamente! Justamente estaba chequeando eso: es el expediente 0002067.

Tiene la palabra el señor diputado Germán Cardoso.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Comienzo por Kirma, entonces.

(Diálogos.- Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

(Ingresa a sala el señor representante Eduardo Antonini)

——La primera pregunta establece: "¿Cuáles son las razones por las qué se optó por realizar una compra directa a una empresa en Estonia? ¿Se evaluaron alternativas por parte de proveedores nacionales? En caso afirmativo, ¿cuáles y por qué se descartaron?".

Lo primero que quiero decir es que el ministro de Turismo no… Yo no evaluaba las propuestas que llegaban al Ministerio. Ya lo dije hoy en mi primera intervención. Todas las propuestas que llegaban al Ministerio en lo que tenían que ver con contratación de publicidad o *marketing* eran derivadas a la agencia.

Lo que sí me consta es que tanto en nuestra administración como en administraciones anteriores hubo contrataciones digitales de empresas del extranjero. En el gobierno anterior hubo contrataciones hasta con Hong Kong, Islas Baleares, Brasil, de varios domicilios fiscales en el exterior, lo cual es normal. ¡A ver! Esta no es ninguna acusación velada.

Hoy, el desarrollo y la revolución tecnológica que estamos viviendo permite que las empresas digitales tengan sus domicilios fiscales en cualquier parte del mundo, pero les permite, por inteligencia artificial, operar en cualquier otro territorio. De hecho eso se compra, se segmenta y cualquier empresa del extranjero puede operar dentro del territorio uruguayo captando público, segmentándolo a través de la telefonía celular a los lugares adonde va, en los que se mueve, etcétera.

No fui yo quien seleccionó a la empresa Kirma.

¿Por qué una empresa de Estonia? Bueno, presumo que porque Estonia es el país más digitalizado de toda la Unión Europea. Basta con investigar un poquito en internet donde se lo define como el tigre de los Balcanes en materia de publicidad digital. Es el país -lejos- líder de toda la Unión Europea en materia digital y seguramente por eso la agencia habrá seleccionado a esta empresa.

Sé que hubo más de una. Se desprende ahora del estudio del expediente que hubo más de una empresa y que en el mismo proceso se cambió alguna otra en conversación y coordinación entre el Director Nacional de Turismo y la agencia.

"2) ¿Conoce cómo llegó la propuesta de publicidad digital de la empresa Kirma al Ministerio? ¿Supo de su origen en el momento de la contratación?".

Me enteré cuando declaró el señor Elbio Rodríguez aquí en la Comisión cómo había sido. En su momento lo que yo tenía era un informe de la agencia. Eso era lo que venía. Incluso la agencia manda un expediente que dice que según lo acordado con Pérez Banchero -a las claras habla de que hubo una reunión de coordinación; se desprende claramente del texto- cambia Xaxis por Mediamath y envía la propuesta de Cisneros-Facebook, Kirma y Mediamath, que sean las tres finales y envía un cuadro en el que sugiere los montos por los cuales son contratados. Todo eso viene de la agencia. Nosotros lo que sí hicimos…

"3) ¿Cuáles son los antecedentes de la empresa Kirma en los servicios ofrecidos al Ministerio que justificaron su contratación?".

La justificación de la contratación la envía la agencia, los antecedentes no lo sé. El señor Liberoff en su comparecencia dijo que había tenido en su momento contacto con la empresa Kirma. Yo eso lo desconozco pero, aparentemente, como que habría ofrecido los servicios anteriormente y algún contacto habría habido, más allá de que hayan contratado los servicios o no.

"En su edición del 9 de setiembre, el semanario *Búsqueda* informa que 'Germán Cardoso declaró a *Búsqueda* que la empresa tiene su dirección fiscal en la capital de Estonia pero está en Montevideo'". A eso agregaría: "según me dicen", y ahora explico por qué.

"¿Hizo usted esa afirmación? En caso afirmativo, ¿de dónde obtuvo esa información?".

No tenía conocimiento exactamente de los nombres de las empresas. Me entero de los nombres de las empresas el día que firmo una resolución; tampoco sabía de la empresa Mediamath o Cisneros, ni conozco quiénes son sus dueños. Sí sabía que, intentando asesorarse, el director nacional de Turismo había tenido, por el tema de la publicidad digital -me lo había manifestado en su momento-, una reunión en el World Trade Center. Entonces, en el momento en que el periodista del semanario *Búsqueda* me pregunta, yo no tenía ningún elemento en la mano del expediente e interpreté que era una empresa que había contratado por la que había ido el director nacional de Turismo al World Trade Center. Por eso contesté lo que contesté, pensando que se trataba de esa empresa digital.

"El diario *El País,* en su edición del 19 de setiembre pasado, en un artículo titulado 'Cardoso dio la orden de contratar a la empresa Kirma, según *mails* internos', transcribe una serie de intercambios por *mail* entre el Sr. Oscar Iroldi y funcionarios del Ministerio.

En esos correos, el entonces Coordinador Técnico afirma 'La orden de estas contrataciones es del ministro Cardoso a través de su adjunto Dr. (Daniel) Reta'.

¿Podría confirmarnos si esto es correcto y, en caso afirmativo, las razones por las que dio esas instrucciones?"

Nunca di una instrucción ni para contratar a Kirma, ni para contratar a Cisneros, ni para contratar a Mediamath, ni para contratar a Xaxis; a ninguna. No puede haber ningún *mail* mío, porque no lo mandé ordenando o pidiendo rever alguna adjudicación en ese sentido. No lo hice.

"¿Usted sabía que la intención del señor Elbio Rodríguez, en tanto realizó trabajos de asesoramientos en el Mintur, era generar a futuro un 'negocio lucrativo' que lo beneficiara mediante la vinculación de la empresa Kirma con la Agencia de Publicidad Young & Rubicam?". No; no lo sabía. Reitero que Elbio Rodríguez no era mi asesor. Sí se reunió en algunas oportunidades con el director nacional de Turismo y hablaron del tema de publicidad digital. No era mi asesor personal. No sabía su intención de que siguiera adelante a futuro. Es un tema entre privados; no me corresponde opinar. Es como que en la tarde de ayer hubiese querido investigar el contrato entre la Federación Uruguaya de Basketball y la UGAB; son contratos entre privados. Si bien en su momento la Federación Uruguaya de Basketball tuvo contacto con el Ministerio de Turismo y Deporte y la UGAB, los acuerdos, las transacciones y negocios que hagan entre ellos es un tema de privados y me parece que no merece ser objeto de investigación de esta Comisión.

"Usted firmó la resolución para contratar a las empresas Cisneros Interactive, Kirma Services y Digital Media Technology el día 29 de diciembre de 2020 según consta en el expediente 2021- 9- 1- 0000735. ¿Por qué razón el señor Elbio Rodríguez le confirmó a la

empresa Kirma Services el día 28 de diciembre (un día antes de la firma de la resolución) que el Ministerio iba a contratar sus servicios?". A mí no me consta que el señor Elbio Rodríguez le haya notificado a la empresa Kirma. Todos los trámites en el Ministerio llevan un recorrido; no se inician y se firman en el mismo día. Tienen un ingreso por Mesa de Entrada, después van a determinada área -pueden ir a Planeamiento o a Marketing- y de allí van a Acuerdos y Resoluciones para la firma del señor ministro. Sí -esto es bueno y sano que se sepa porque es de honestidad- habíamos sido advertidos por la agencia de que el 31 de diciembre entrábamos en apagón digital, o sea que los saldos que teníamos, que se venían consumiendo, tanto de radio como de televisión, de la Administración anterior en materia digital, finalizaban el 31 de diciembre, y por eso fue la necesidad de contratar a finales de diciembre para no caer en ese vacío que, obviamente, no iba a hacer otra cosa que perjudicar más aún el golpeado sector turístico, y los operadores que estaban activos en el ofrecimiento de servicios.

Sobre compras de publicidad en vía pública a Netcom, se pregunta: "¿Cuál era la campaña en la que se iba a contratar en forma directa a Netcom por US$ 800.000 y que de acuerdo a declaraciones del entonces director nacional de Turismo no fue ingresada por su oposición a iniciar el expediente?" No; no es así. No es correcta la versión por la cual está planteada la pregunta. El expediente ingresó, no es que no ingresó porque se opuso el director nacional. El expediente ingresó, el director nacional lo conversó conmigo y, de acuerdo a la opinión de una funcionaria de Marketing, en el sentido de que no debíamos comprar una campaña anual, sino ir avanzando de campaña en campaña, de acuerdo a la adaptación y modificaciones de la pandemia, además de las reconversiones que veníamos haciendo en base a todo lo que expliqué en mi primera intervención en el día de hoy, decidí no seguir adelante con esta contratación, y se archivó. El director nacional, de común acuerdo conmigo, la mandó a archivo.

Acerca del expediente 2021- 9- 1- 0000735, para contratación de espacio publicitario en vía pública: "Del expediente surge una recomendación de tres adjudicaciones a JC Decaux […].

También hay una recomendación de adjudicación de $ 24.384.053 impuestos incluidos a Satenil S.A. (Netcom), pero en los informes de la agencia recomiendan 'evaluar la propuesta para su consideración […]". La agencia siempre estuvo de acuerdo, porque con esta decisión que estábamos tomando teníamos la cobertura asegurada en los diecinueve departamentos del país. Y pasaba a ser intención del ministerio, cautivar hasta el último de los orientales parado en cualquier esquina; es decir, no había un criterio de selección, como pudo haber habido en campañas anteriores, en el sentido de que interesase solamente el cartel, por ejemplo -no sé si hay cartel-, de la Rambla y 21 de Setiembre por sobre uno que puede haber en Batlle y Ordóñez y avenida Italia. Ahí podría haber, como explicó Liberoff, un criterio de optimización de recursos y, como se disponía para gastar en los diferentes públicos, está bien que se segmente. Acá el segmento era único y exclusivo el turismo interno, por lo cual la principal determinación del Ministerio era tener presencia en todo el país en la mayor cantidad de espacios posibles.

"¿Cuál fue la evaluación que se hizo para proponer esta contratación a Netcom y dentro de qué estrategia estuvo enmarcada?" Lo acabo de explicar. "¿Qué período y territorios cubrió?". Lo acabo de explicar.

"Del expediente no surge que haya existido resolución del Ministro, intervención del Tribunal de Cuentas, informe del Ministerio de Economía y Finanzas ni reserva presupuestal en SIIF.

¿Sabe usted si esos requerimientos fueron cumplidos? En caso afirmativo, ¿sabe usted por qué no figuran en el expediente? En caso negativo, ¿sabe usted las razones y quién dispuso que no se siguieran esas etapas en el proceso de compra?". No entiendo de qué expediente está hablando. ¿De los US$ 800.000?

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- No; de los 135.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Reitero: "Del expediente no surge que haya existido resolución del Ministro, intervención del Tribunal de Cuentas, informe del Ministerio de Economía y Finanzas ni reserva presupuestal en SIIF.

¿Sabe usted si esos requerimientos fueron cumplidos? En caso afirmativo, ¿sabe usted por qué no figuran en el expediente? En caso negativo, ¿sabe usted las razones y quién dispuso que no se siguieran esas etapas en el proceso de compra?". No lo sé; a mí nunca me llegó ni lo firmé. El ministro toma conocimiento cuando los expedientes vienen de Acuerdos y Resoluciones. Yo no firmé la orden de compra de esto.

"En su comparecencia ante esta Comisión Investigadora, el doctor Daniel Reta manifestó que Netcom brindó los servicios ofrecidos en este expediente pero que no los cobró. ¿Tiene información sobre si efectivamente el servicio fue provisto por la empresa? ¿Conoce los motivos por los que el Ministerio no pagó por servicios ejecutados?". No lo sé porque a mí no me llegó y, si no me llegó, no firmé la orden de contratación; obviamente, si el ministro no ordenó contratar, no se cobra, porque es un expediente inconcluso que no finalizó con el ciclo que tienen que recorrer todos los expedientes hasta llegar al ordenador del gasto final, que es el ministro.

Sobre cena en el Piso 40, hay un error en la información porque no fue una cena, sino un almuerzo, que no cambia, pero cambia, porque el horario no era el mismo. Además, cambia porque los brasileños se iban esa tardecita en avión.

Recuerdo perfectamente: ello fue a instancias de la visita a Uruguay del ministro de Turismo de Brasil -era la primera vez que visitaba el territorio nacional-, de su viceministro y sus gabinetes. Los brasileños tienen -no es una crítica a los hermanos brasileños- una estructura de gobierno bastante más voluminosa que la nuestra y los ministros tienen otras potestades -nosotros podemos nombrar algunos adscriptos- como, por ejemplo, nombrar gabinetes con mucha más cantidad de funcionarios que nosotros. Me acuerdo que los conté porque me llamó la atención. Los miembros de la delegación brasileña eran once y también estaban los miembros de la delegación de la Organización Mundial del Turismo y su máxima autoridad, que vinieron juntos de Brasil. Me refiero al señor Zurab Pololikashvili, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, y su gabinete de cinco personas más. En el almuerzo, además de mi participación, estuvo el Ministerio de Turismo y la Cancillería. Fue un almuerzo en Piso 40. La visita del ministro y del secretario general fue pública. Creemos que el monto de la factura es absolutamente justificable por la cantidad de las personas, pues éramos más de veinte. Se trata de un lugar exclusivo de Montevideo y, obviamente, era de nuestro interés mostrar a las máximas autoridades del turismo brasileño y mundial un lugar acogedor, moderno y que ha sido fruto del empuje y de la inversión en el Uruguay en los últimos años. Por eso fue la decisión de ir allí.

En cuanto al Hotel Serena…

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Disculpe, la pregunta anterior tiene dos partes. Entendí claramente la respuesta en el sentido de cuál fue el criterio por el que se realizó el almuerzo, como bien rectifica el diputado, pero también se plantean preguntas puntuales sobre la facturación del almuerzo, que figuran antes de la relativa al Hotel Serena.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- En la Comisión no hice declaraciones. Es la primera vez que declaro. No sé por qué se dice respecto a la factura que yo manifesté que "hubo que mandarla de nuevo". No lo dije en la comparecencia de la Comisión ni cuando ratifiqué la denuncia.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Lo que planteé al diputado Cardoso refiere a versiones de prensa; claramente, no son respuestas que haya estado dando en Comisión. Quien sí hizo declaraciones en la Comisión fue el doctor Reta respecto a este tema. Si el diputado Cardoso dice que no, busco ahora brevemente en cuál medio salió.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No sé en qué medio salió esto, pero sí recuerdo perfectamente que en su momento los medios preguntaban por qué se había demorado en pagar la factura. La factura fue a fines de noviembre y el pago se realizó en marzo o algo así. Esto es no conocer el Estado; son tiempos absolutamente normales dentro del Estado. Además, hay que entender que el Ministerio de Turismo, como todos los demás ministerios y reparticiones públicas, estaba prácticamente sin funcionarios. Para recorrer el proceso de la conformación de una factura se hace un expediente, porque había sido una contratación directa, dado que el monto así lo permitía porque, si mal no recuerdo, el almuerzo costó aproximadamente $ 47.000. Como decía, no había funcionarios prácticamente en las unidades; estuvo el verano de por medio, cuando también hay muchísimas licencias, y más del 90 % de los funcionarios estaba haciendo teletrabajo; por eso se habrá demorado. De todas formas, el proceso de la facturación del almuerzo, que no fue cena, se hizo como se hace con cualquier expediente o factura. Se contratan los servicios y, después, se conforma la factura para pagarla.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Simplemente, para aclarar: fue el semanario *Búsqueda* de agosto de este año -de la semana del 19 al 25 de agosto de 2021-, el que toma palabras del diputado Cardoso, quien aduce lo que referimos en esta pregunta.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- A mí el semanario *Búsqueda*, en su momento, me llamó para consultarme sobre esta factura. Evidentemente, el semanario *Búsqueda* ya estaba en contacto con el ex director nacional de Turismo, por los hechos por los que ese mismo periodista después le hace las entrevistas. Le expliqué, semanas previas, y no publicó absolutamente nada de las facturas; le expliqué cuál había sido el proceso y no lo publicó el jueves siguiente. No sé con qué posterioridad lo hizo. Por lo que usted me dice, sí es el medio que le hizo las entrevistas al director nacional de Turismo, por las fechas que da, pero no recuerdo que me haya hecho una entrevista ni yo haber hecho declaraciones con respecto a la conformación de la factura que, reitero, se manejó como cena desde un primer momento y fue un almuerzo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Continúe, diputado Cardoso.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Ahora sí vamos al Hotel Serena.

"¿Cuando asumió como ministro estaba al tanto de la situación del Hotel Serena?". Bueno, cuando asumí como ministro no, pero inmediatamente, sí. A ver, no había quién en Maldonado, que estuviera medianamente informado, que no supiera de la desgracia que había sucedido con la familia Abulafia, que era quien se presentaba como presidente de la sociedad y era el administrador de la misma. No sé si recuerdan el hecho, pero se termina suicidando su señora. A ver, no me siento con el derecho a opinar pero, según la crónica de la prensa, habrían pactado suicidarse y él estuvo tres días con una especie de inconsciencia y no logró quitarse la vida; eso desembarazó toda una situación, con pandemia incluida, de cierre del hotel, y los trabajadores quedaron en una situación de incertidumbre que la conocíamos a través de los medios de comunicación. No creo que

haya quedado un empleado del Serena que no se haya comunicado con algún dirigente político del departamento para poner en conocimiento la situación. De hecho, a mí varios funcionarios me contactaron en su momento para saber cuál iba a ser el futuro del Serena a sabiendas de que era una propiedad del Ministerio de Turismo que estaba concesionada. En su momento fue concesionada en el gobierno del doctor Jorge Batlle y fue prorrogada en el gobierno del doctor Vázquez y la ministra Kechichian por diez años más. Y esa es la concesión que hoy está vigente.

"¿Usted sabía que la empresa Galiza. S.A., que intentó adquirir las acciones de la empresa que manejaba el Hotel Serena, tenía como principal accionista al Dr. Daniel Reta?". No; no lo sabía. Y por lo que ha trascendido en esta Comisión, por lo que contestó el doctor Reta, yo no sé si era el principal accionista o era apoderado. En su momento, inició trámites, previo a venir a la adscripción del Ministerio, para desvincularse de la misma.

"¿Usted sabía que la señora Sara Tavares es quien sustituyó al Dr. Reta al frente de Galiza S.A.?". No; no lo sabía ni tengo por qué saberlo.

"Semanas atrás, el señor Bonanata, en declaraciones aparecidas en el semanario *Búsqueda*, manifestó ser el actual propietario del negocio que funciona en el Hotel Serena y que está haciendo reformas en ese edificio. ¿Le consta que esta sea la situación?". La verdad, desconozco la conformación del paquete accionario, del acuerdo que hayan logrado entre empresarios privados. No hay noticias ante el Ministerio de Turismo del pedido de cambio de sociedad y cualquiera que pase por allí sí se da cuenta de que se están realizando unas inversiones edilicias en remozamiento, modernización, transformación, muy importantes en sus estructuras.

"¿Tiene información sobre si el señor Bonanata intentó contactarse con el Ministerio de Turismo para comunicar los cambios y la intención de hacer reformas en el Hotel Serena, y que el Ministerio no le habría contestado?". Conmigo no lo hizo; no sé si se habrá intentado comunicar con otros cuadros jerárquicos del Ministerio. Repito lo que le decía anteriormente: no tuve notificación ni noticias de que hubiese cambiado el directorio de la empresa concesionaria del Hotel Serena.

En cuanto a Uruguay a Toda Costa: "¿Usted sabe en qué consiste el programa Uruguay a Toda Costa? ¿Conoce la forma de financiación?". Sí; conozco el programa Uruguay a Toda Costa. De hecho, se hicieron muy fuertes inversiones de dinero; en las administraciones anteriores hasta se llegó a invertir US$ 2.000.000 en el programa Uruguay a Toda Costa por parte de la ministra Kechichian, con reiteradas observaciones del Tribunal de Cuentas en cuanto a la aplicación de los mismos. El programa es gestionado y administrado por la Corporación Nacional para el Desarrollo.

"¿Cómo se desarrolló el programa durante su gestión al frente del Ministerio?". Le cambiamos el formato porque tuvimos que valorar y apreciar los establecimientos comerciales que se sostenían funcionando y que estaban protocolizados. Entonces, lo que hicimos fue un reordenamiento del programa y, en vez de hacer espectáculos que juntaran miles de personas al aire libre, con la protocolización mediante exigida, de sanitización, se hicieron espectáculos puntuales, muchos, de corta duración, tomando territorios en diferentes comercios, como apoyo al sector gastronómico de turismo nacional; esa fue la implementación que se llevó adelante.

"¿Usted conoce al Lic. Mauricio Taborda?". Sí, claro, lo conozco. Venía trabajando en el programa desde la Administración anterior y trabajó junto a nosotros.

"¿Qué rol cumplió en el programa? ¿Durante qué tiempo?". De coordinación de todas las actividades.

"¿Usted conoce al Sr. Wiston Guerra? ¿Qué vinculación mantiene con usted?". Sí, lo conozco, es compañero partidario del Partido Colorado; lo conozco bien.

"¿Qué rol cumplió en el programa el Sr. Guerra? ¿Durante qué tiempo?". Las mismas tareas de coordinación de los programas y de sus ejecuciones, pero estas, en todo caso, serían preguntas que habría que hacerle a la Corporación Nacional para el Desarrollo, porque es la que los contrató, no el Ministerio de Turismo. Y quien le pagó los haberes fue la Corporación Nacional para el Desarrollo; no son funcionarios dependientes económicamente del Ministerio

"¿Usted conoce al Sr. Wilfredo 'Fefo' Ruiz? ¿Qué vinculación tiene con él?". A ver, era mi ídolo cuando jugaba al básquetbol. No debe haber habido basquetbolista que haya metido mayor cantidad de triples, en la época en que no había triples, que Fefo Ruiz. Siempre ha estado vinculado a diferentes actividades; ofreció sus servicios, lo pusimos en contacto con la CND y con Presidencia de la República. Consultamos, incluso, si era posible desarrollarse el programa Uruguay a Toda Costa en las circunstancias porque, justamente, no queríamos tener problemas ni chocar con Salud Pública por el tema aglomeramientos. Entonces, planteamos un redireccionamiento del plan, de cómo lo íbamos a hacer, cómo iban a ser los *shows,* en qué lugares, sin baile, con distanciamiento entre los artistas y el público que participaba de los mismos, en lugares abiertos, al aire libre. Es decir, había que reunir un montón de características que nos fueron aceptadas, y eso formó parte también del Comité de Coordinación entre Salud Pública y Presidencia de la República; él estuvo coordinando todos estos espectáculos con la Corporación Nacional para el Desarrollo, y quien le pagó fue la Corporación Nacional para el Desarrollo, no el Ministerio de Turismo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, diputado Cardoso.

Habiendo terminado esta segunda ronda, ingresamos a la ronda de las repreguntas.

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Conrado).- Una sola repregunta.

Cuando se conforman facturas en los expedientes, ¿quién es el ordenador del gasto? ¿Quién ordena el gasto, y cuál era el rol del doctor Daniel Reta?

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Tengo varias repreguntas, señor presidente.

Voy a empezar por el final, porque es la que no tengo anotada, que refiere al programa Uruguay a Toda Costa, a razón de lo que el diputado Cardoso mencionaba de la vinculación del programa y la dependencia con la CND -con la Corporación Nacional para el Desarrollo- que, como bien estableció, es quien se encarga de la administración y el pago. Pero, si bien eso es así, la solicitud de contratación del personal y del gasto corre por cuenta, en este caso, del ministro de Turismo. De hecho, yo tengo una resolución aquí, con fecha 26 de enero de 2020, que dice que en el marco del convenio suscrito entre la Corporación Nacional para el Desarrollo y el Ministerio de Turismo, de fecha 3 de diciembre de 2010, se instruya a realizar la siguiente contratación, y ahí se enumeran tres puntos, con la firma del señor ministro Germán Cardoso, solicitando que se realice esa contratación. Entonces, es por esa razón que hicimos la pregunta. Simplemente, queríamos saber cuáles eran los motivos que llevaron a realizar estas contrataciones. El señor ministro dijo que se había rearmado, en función a la pandemia, la política en materia de este programa. También dijo algo que quiero consultarle particularmente, porque la información la tengo, que refiere al señor Wiston Guerra, que -si mal no me llega la información- es un concejal del Partido Colorado, de Aiguá y, además, forma parte de su línea de suplencia. Si bien nunca asumió la titularidad siendo contratado por

el Estado, en este caso, me parecía que podía aclararnos un poco esa situación. Por eso fue la pregunta y ahora la repregunta.

Y continúo con las demás que quiero realizar. El señor diputado Cardoso dijo en reiteradas ocasiones que Elbio Rodríguez no fue su asesor y que trabajaba en coordinación con Pérez Banchero.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No; yo no dije que trabajaba.

SEÑOR PRESIDENTE.- Diputado Cardoso, vamos a dejar que el diputado Viera termine las preguntas y luego usted hace las observaciones que entienda pertinentes.

SEÑOR VIERA DÍAZ (Nicolás).- Bueno, que se vinculaba -si el término no es trabajar- de manera honoraria con la oficina que estaba a cargo de Pérez Banchero. Pérez Banchero dijo en esta Comisión -yo recién extraje parte de su comparecencia- que "Elbio Rodríguez" -cito- "sí tenía información; notoriamente, era información que le llegaba al ministro por su relación personal […]", y Elbio Rodríguez, en su comparecencia en esta Comisión, también manifestó -cito- : "[…] cuando Cardoso tiene el honor de ser nombrado ministro de Turismo, me invita a que lo acompañe y yo accedo en un carácter absoluta y totalmente honorario". Entonces, la repregunta en este sentido es: si bien el diputado Cardoso establece que en su rol de ministro el señor Elbio Rodríguez no tuvo una vinculación formal ni con él ni con el Ministerio, a mí me llama un poco la atención -y por eso la repregunta- cómo es posible que haya estado ingresando al Ministerio, accediendo a información de dominio público, en materia de gestión pública, una persona que, si bien es amigo del señor diputado Cardoso, no fue su asesor -según dice él-, tampoco era empleado público, pero mantenía una vinculación con el Estado. Entonces, evidentemente, ahí se realizaba una actividad absolutamente informal -por lo que surge de las expresiones del señor diputado Cardoso-, de la cual el ministro no estaba al tanto. El señor Elbio Rodríguez, en diversas formas, ha planteado, incluso, que fue él quien trajo al Ministerio la propuesta de Kirma, por ejemplo; entonces, evidentemente, una vinculación con el Ministerio había. Quisiera que el diputado Cardoso pudiera profundizar un poco más en esa pregunta.

Respecto a la interrogante 15 de la primera tanda de las preguntas generales, cuando se le consultó cómo era posible que el señor Reta, como asesor suyo, conformara facturas, usted usó una expresión que no sé si anoté textual: que lo que el Tocaf no prohíbe se puede hacer.

Yo quisiera saber si usted reafirma esa expresión, simplemente, para ver si entendí bien.

Otra repregunta es: ¿la nueva estructura que se dio en el área de *marketing* fue realizada o construida en función de sustituir, desde sus competencias, al doctor Pérez Banchero?

Luego de comparecer en esta Comisión, el señor ministro Tabaré Viera dijo en declaraciones públicas -no lo manifestó en esta Comisión- que había desarticulado lo que, después, se dio en llamar como una estructura paralela en el Ministerio, haciendo alusión a esta estructura en el área de marketing. ¿Usted veía eso como una estructura paralela? ¿Está de acuerdo con las expresiones del señor ministro Tabaré Viera?

Otras de las expresiones generales que usted dio como respuesta a una pregunta que hizo el diputado Albernaz fue que durante su gestión no hubo dolo, por tanto, no hubo delito. Quiero saber si, efectivamente, es lo que comprendí o es un error mío.

Una aclaración sobre la pregunta 7, referida a Kirma. Usted recién planteó que no tenía conocimiento de que el señor Elbio Rodríguez se haya comunicado con la empresa Kirma para informarle respecto a que se la iba a contratar. Yo, simplemente, me limité a preguntarle en función de lo que el representante de la empresa Kirma dijo. El

representante de la empresa Kirma le dijo -en su comparecencia por escrito- a esta Comisión que la confirmación de la contratación de los servicios de Kirma la había recibido por teléfono del señor Elbio Rodríguez el día 28 de diciembre. La resolución del ministro Germán Cardoso es de fecha 29 de diciembre.

La repregunta es: ¿cómo es posible que el señor Elbio Rodríguez, que a esa altura, supuestamente, no tenía ninguna vinculación con el Ministerio, tuviera acceso a esta información, de modo que le pudiera comunicar a un empresario en Estonia que se iba a dar la contratación de esta empresa por parte del Ministerio?

Finalmente, quiero consultarlo sobre algo que tampoco tengo claro. Usted dice que se generó el expediente de Netcom por los US$ 800.000; ese expediente en el que, supuestamente, el doctor Pérez Banchero negó su firma para aceptar la contratación. Pero no sé a qué expediente se refiere. Nosotros, nos estamos refiriendo a un episodio que ocurrió en octubre del año 2020, no al que ocurrió posteriormente, que es un expediente que también tiene relación con Netcom, pero que es algunas semanas posterior. Nos referimos al intento de compra de US$ 800.000 a Netcom, en octubre de 2020.

Presidente: por aquí me quedo en las repreguntas.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero dejar constancia de que el diputado Nicolás Viera se refiere al expediente N° 2020- 9- 1- 0001739. En el material de trabajo de la Comisión está en el Anexo II al Repartido N° 514, de agosto de 2021. Comienza en la foja 436 y finaliza en la foja 451.

En la foja 444, la funcionaria Andreoni expresa: "Por motivo de que cada campaña se realiza durante un período particular, no se considera pertinente una contratación por el lapso de un año. En caso de campañas atemporales se podrían considerar los costos como referencia, revisando la conveniencia del período, pero por el momento las mismas no han sido previstas".

Corríjame, diputado Viera, si no es a este expediente al que usted se refiere.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- ¿Qué fecha tiene?

SEÑOR PRESIDENTE.- Lo que acabo de leer es de 23 de noviembre de 2020. El comienzo de este expediente es el 30 de octubre de 2020.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Entonces sí.

SEÑOR PRESIDENTE.- Perfecto.

Entonces, estamos hablando del expediente N° 2020- 9- 1- 0001739.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Yo también quiero hacer algunas repreguntas.

Una refiere a la contratación en el Programa Uruguay a Toda Costa del licenciado Mauricio Taborda y de Wiston Guerra. Quisiera conocer las razones por las cuales se los contrata por doce meses, por un monto mensual de $ 44.000 cada uno. ¿Qué funciones cumplen durante todo el año para que la contratación sea por ese período?

La segunda es la siguiente. El señor Elbio Rodríguez, de acuerdo a lo que manifiesta el diputado Cardoso, no tenía jerarquía, no era su asesor ni tenía su aval para operar como tal. Sin embargo, el señor Daniel Reta, en su comparecencia, dijo que había recibido la propuesta de Kirma a través de un *wasap* enviado por el señor Elbio Rodríguez y que él lo que hizo fue reenviarla a la agencia de publicidad. ¿Qué explicación tiene -si es que tiene alguna- para que el adscripto al ministro haya hecho esa gestión?

La última es sobre las preguntas generales. La pregunta 4) establece: "Usted fue suplente del Sr. Eduardo Elinger como candidato a la Intendencia de Maldonado, compareciendo con la lista 2600" -agregaba el diputado que también con la Lista 15- "en las elecciones departamentales del 27 de setiembre de 2020. ¿Esa lista realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia esas elecciones? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?".

Quisiera aportar a la Comisión un material y ver si el diputado tiene alguna explicación en ese sentido.

Hay abundantes testimonios de publicidad en vía pública de esa campaña, en la cual, bajo el lema Pongámonos Colorados, está la foto de Elinger y del diputado Cardoso. Son carteles en carretera, en ciudad, en camiones que tienen cartelería móvil. Esto no figura en la declaración presentada oportunamente, en la liquidación presentada a la Corte Electoral. Debería figurar como un pago o como un bien o servicio que haya sido entregado y, de acuerdo a la legislación, debe estimarse el costo. No figura en ninguna de las dos condiciones.

Aporto el material a la Mesa.

(Así se procede)

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Conrado).- ¿Puedo dejar una constancia? Porque aquí se están dejando constancias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Sí.

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Conrado).- Simplemente, quiero dejar una constancia.

Se hicieron algunas preguntas y repreguntas, por ejemplo, con respecto a algunas contrataciones, que el diputado Cardoso aclaró que habían sido por parte de la Corporación Nacional para el Desarrollo.

Se habla de la filiación política de Wiston Guerra. No se habla de la filiación política de Wilfredo "Fefo" Ruiz.

Tengo aquí un artículo de *Montevideo Portal*, del año 2017, de las famosas cuarenta preguntas del periodista Tagliaferro. La pregunta 38) dice: "¿Era un plantel politizado el de esa selección?

No era un plantel politizado. Era un plantel en el que quizás la mayoría de los jugadores éramos del Frente Amplio y eso pesaba mucho. No es lo mismo ser del Frente Amplio ahora que serlo en el año 83 u 84. Era época de dictadura o a la salida de ella, había mucha movilización. Decir que eras del Frente Amplio en aquel momento era bastante complicado, pero los ideales no se vencen con persecuciones, se mantienen. Llegamos a hacer un aviso en el que decíamos 'los basquetbolistas vamos de Frente'".

Si dejamos constancias sobre filiaciones políticas de los contratados, yo dejo la constancia de este artículo de *Montevideo Portal*, que es del 28 de noviembre de 2017 y que se titula: "MUÑECA BRAVA.- Las 40 de 'Fefo' Ruiz". Después, hay un subtítulo que tiene que ver con Tato López.

Gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Yo, en realidad, no quise dejar una constancia de a qué partido político pertenecía el señor Wiston Guerra.

Me parece que lo relevante de la vinculación con el diputado Cardoso en su rol de ministro es que el señor Wiston Guerra pertenece no solamente a su partido, sino a su línea de suplencia en la Cámara de Diputados.

Entonces, la vinculación política que tiene el señor Wiston Guerra para con el señor diputado Cardoso no la tiene Wilfredo Ruiz. Igual, así, le consultamos el motivo de la contratación de los servicios de Ruiz.

No es una cuestión de contratación, pero la vinculación personal y política que el exministro Cardoso tiene con Guerra es muy distinta a la que tiene con Ruiz. Es simplemente eso.

(Diálogos)

SEÑOR PRESIDENTE.- Permítanme, señores diputados.

Yo voy a hacer una pregunta y, luego, voy a solicitar que se suspenda la toma de la versión taquigráfica.

La pregunta es muy concreta. Usted, diputado Cardoso, hizo referencia a que el contrato con la agencia Young & Rubicam vencía el 31 de marzo de 2020 y que había un plazo previo de sesenta días para, eventualmente, dejar sin efecto su continuidad. Por lo tanto, al no estar en condiciones jurídicas para poder, eventualmente, poner fin al contrato, cuando usted accedió al cargo de ministro, el contrato debió continuar.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Lo renovamos porque no teníamos plazo.

SEÑOR PRESIDENTE.- La pregunta -para que me la conteste al término de las demás preguntas- es: esa renovación, ¿a qué tiempo ascendió? ¿Las tareas, competencias, prerrogativas y funciones que se plasmaron en ese contrato, en esa renovación, eran las mismas que las que venían realizándose hasta la fecha en función del contrato original?

Ahora, solicito que se suspenda la toma de la versión taquigráfica.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——Volvemos a las respuestas.

Tiene la palabra el diputado Cardoso.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- En lo que respecta a la relación de Elbio Rodríguez con Kirma y el Ministerio. A ver, creo que fui claro en mi primera intervención. A Elbio Rodríguez lo invito, como invité a tanta gente el día que asumí en el Ministerio, a que me acompañara. Eso es la invitación a que me acompañara. Me parece que se descontextualizó o puede haber un error allí en el concepto. Es una persona a la cual conozco de toda la vida, tengo amistad con él, con su familia, conocí a su padre, a su tío -que era de notoria filiación frenteamplista-, es decir, como sucede en infinidad de ocasiones en el interior del país, que las relaciones son transversales y van más allá de los partidos políticos. Hay relaciones de familia, de amistad, de liceo.

La relación entre Elbio Rodríguez y la agencia yo la desconozco y no me compete como Ministro, porque yo no sé quien llevó a *M24*, que es de su sector político, a la agencia, por ejemplo. Porque así como dice que conmigo fue a hablar el señor Grille, de *Caras y Caretas*, lo mandé a la agencia, así como fueron a hablar de distintos medios, los mandaba a la agencia… Debo de ser honesto: de *Brecha* no fue nadie a hablar conmigo. No sé quién habrá ido de *Brecha* a la agencia, porque venían a la agencia o al Ministerio y en *Brecha* se avisaba, como se avisa en la emisora *M24*, que es propiedad de su sector político. Conmigo no fue nadie a hablar de *M24*. No sé quién habrá ido por *M24* a la

agencia a hacer la gestión, pero vuelvo a lo que decía hoy: a mí no me compete opinar o investigar en las relaciones entre privados.

La agencia estaba contratada para un fin específico en sí mismo de asesoramiento; cobraba un muy buen *fee* de US$ 9.500 por mes. Venía de la Administración anterior. No tengo críticas a la agencia, ¿eh? Quiero ser claro; creo que es una agencia muy profesional, de un gran prestigio, y cada vez que requerimos del apoyo -incluso cuando había que tomar alguna medida, que tenía repercusión internacional-, la agencia siempre respondió y lo hizo en muy buenos términos.

Lo del -creo que me preguntaba o hacía una acotación el diputado Rodríguez- vencimiento del contrato con la agencia lo explico de nuevo.

Nosotros en la transición no fuimos informados de que, ni consultados, si queríamos seguir con la misma agencia o pensábamos llamar a licitación. El vencimiento del contrato de la agencia fue por una licitación -esta última adjudicada en el último gobierno del Frente Amplio-, renovable, no me acuerdo si era a dos o tres años al principio, y después renovable anualmente, hasta un máximo de seis años. ¿Soy claro ahí?

Entonces, la fecha que se tomaba de año a año vencía el 31 de marzo. El propio contrato establecía que en caso de que la Administración no quisiera continuar, no renovar los servicios anualmente hasta llegar al sexto año, después de transcurridos los primeros dos o tres años -no me acuerdo si eran dos o tres los fijos, y después eran anuales-, había que comunicarle a la agencia con sesenta días de anticipación de la desvinculación contractual, por un tema de empleados, de que tenían gente abocada en llevar adelante la cuenta.

Entonces, si hacemos la cuenta, 31 de marzo menos 60, teniendo en cuenta que febrero tiene 28 días…

SEÑOR PRESIDENTE.- 29.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Bueno, bien, 28 o 29 días, una vez cada cuatro años, nos íbamos a fines de enero, 29 o 30 de enero, más o menos, ahí, cuando las autoridades del Ministerio de Turismo eran otras, eran las salientes. Ya había habido una elección, ya había gobierno electo, pero no había habido gobierno asumido aún.

Entonces, fue allí que cuando nosotros tomamos conocimiento de que no habían sido notificados con sesenta días de anticipación, conversando con la agencia y sin pandemia…Yo quiero ser muy claro en esto, porque yo hablé con el dueño de la agencia y le dije que mi intención era llamar a licitación para saber con quién íbamos a trabajar en el período, porque no era lo mismo cambiar al año y medio o a los dos años a que hubiera una planificación de medios y estrategia de comunicación. Nosotros veníamos con nuestra idea de profundizar la estrategia con el Brasil, tener mayor nivel de captación, fundamentalmente, con el estado de Río Grande del Sur, como ya lo explicamos hoy, aumentar la conectividad con el nordeste brasileño y lograr captar aerolíneas extrarregionales. Todo eso tiene que formar parte de una estrategia comunicacional, donde la agencia tenía un rol estratégico en todo eso.

Allí es que nos enteramos que el señor Moré nos dice que para llamar ese primer año habría que haberle avisado a fines de enero y no se le había notificado, lo cual, cuando leemos, es cierto. Nos proporciona la información y le renovamos. Después vino la pandemia y nosotros decidimos renovarle hasta finalizar los seis años, porque estamos en plena pandemia. Evidentemente, entendimos que no era pertinente, en medio de una situación bastante caótica, cambiar de agencia, si no teníamos ni siquiera plan

comunicacional de lo que iba a suceder la semana que viene o dentro de un mes. La semana que viene sí la íbamos armando, pero era todo cambio muy sobre la marcha, porque era una situación absolutamente extraordinaria a lo que se podía haber previsto. ¿Quedó contestado eso, quedó claro?

SEÑOR PRESIDENTE.- Clarísimo.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Bien.

En relación a la factura de conformación de Reta, de pronto no me expliqué bien. Lo que yo dije que en ningún lugar estaba prohibido a texto expreso que Reta pudiera conformar una factura para que siga su trámite. Por supuesto, él no era ordenador de gastos ni él podía ordenar el pago de una factura, ni lo hizo, porque no puede hacerlo. Los ordenadores de gasto del Ministerio de Turismo son los dos directores, el director nacional de Turismo, el director general de Secretaría y el ministro. Esos son los tres únicos ordenadores de gasto del Ministerio. Por tanto, nunca puedo decir yo que estaba bien que pagara una factura o que hiciera de ordenador de gastos, cuando no lo es. Quiero que quede claro, también, porque puede haberse prestado para la confusión.

En cuanto a lo que preguntaba el diputado Viera sobre la asesoría técnica, si sustituía funciones de la Dirección Nacional de Turismo, en ningún momento. Siempre le pedimos a la Asesoría Técnica, tanto al técnico Iroldi como al doctor Reta, que toda la información, documentación fuese coordinada y en copia mail tanto a la Dirección Nacional de Turismo como a la Dirección General de Secretaría. Siempre estaban copiados en todas las intervenciones, en todas las articulaciones con la agencia, en todo lo que competía a cada área estaban copiados.

Lo que sí está claro es que las declaraciones que hizo el ministro Tabaré Viera es dueño de hacerlas todo jerarca que asume. Las adscripciones del ministro caen con la renuncia del ministro. Entonces, el doctor Reta automáticamente cesa cuando yo presento mi renuncia; el doctor Paolino también cesa cuando yo presento mi renuncia. Por tanto, en un primer orden de cosas el doctor Reta dejó de ser adscripto en el mismo momento en que yo presenté mi renuncia el día 21 de agosto. Por tanto, el ministro Tabaré Viera no contaba con él así quisiera continuar con el trabajo que se venía desarrollando, no contaba con sus servicios. Y ante el nuevo nombramiento de un director nacional de Turismo nuevo, obviamente él optó por volver a la estructura de trabajo anterior y no pretender seguir adelante con una asesoría técnica que por razones de necesidad de funcionamiento, nosotros entendimos, con pandemia y prácticamente sin funcionarios, que se hacía necesaria para el buen funcionamiento.

Cuando el ministro Viera acuerda con el nuevo director nacional que iba a asumir los roles de conexión y articulación con el territorio, las intendencias y las alcaldías, el ministro Viera es dueño de tomar la decisión que entienda pertinente.

El expediente de Netcom de US$ 800.000 que dice el intento de compra. No, no hubo intento de compra; hubo intento de venta de Netcom al Ministerio; no del Ministerio un intento de compra, porque esto se archivó y se archivó con la propia opinión del ministro, favorable, y no consta en ningún expediente, en ningún mail ni en el relato de ningún funcionario que el ministro haya querido interceder para desarchivar ese expediente o dar una orden en contrario o pedirle a la agencia un informe favorable en cuanto a la situación de ese expediente. No la hubo.

Por lo tanto, fue un expediente que se presentó directamente en el Ministerio, se conversó sobre su inconveniencia en la contratación y quedó archivado. No hubo más noticias.

Sobre la contratación de Taborda y Píriz, venían del gobierno anterior, que se venía desarrollando, porque había otro funcionario Píriz que habla conmigo y decide renunciar. Eran dos los funcionarios que contrataba la Corporación, que se hacían cargo de toda la logística, la preparación de los diferentes eventos de Uruguay A Toda Costa. La modalidad de trabajo venía de la Administración anterior, cada doce meses.

Yo realmente no sé si en la Administración anterior trabajaban fuera de temporada de verano. Aquí sí trabajaron. En vacaciones de julio también. Obviamente, no es el trabajo estricto en sí mismo solamente el día del evento, sino que implica movilización anterior, contacto y contratación con los artistas, planificación de los lugares, es decir, es un trabajo que lleva meses y nosotros hicimos dos eventos con Uruguay A Toda Costa, durante todo el verano, con Semana de Turismo incluida, e hicimos también en las vacaciones de invierno, en las vacaciones de julio, coordinando siempre con el Ministerio de Salud Pública, con la Presidencia de la República, con autorización expresa de los dos, porque no queríamos que se transformara en una razón ni motivo de colisión de intereses, con respecto a la lucha que se estaba dando con el virus y contra el virus.

La última que tengo. Reta reenvió a la agencia la propuesta. Todas, no la de Kirma. Todas las propuestas que llegaban al Ministerio eran enviadas a la agencia. Creo haberlo contestado. No fue la única; no fue exclusiva. Había dos maneras: o iban directamente a la agencia o se presentaban al Ministerio y por orden estricta y categórica del ministro se mandaban del Ministerio a la agencia y la agencia era la que evaluaba y la agencia era la que proponía la contratación o no de los servicios. Quedaron muchísimas por el camino, que la agencia no entendía pertinente hacer la inversión, porque entendía que no había el retorno deseado en cuanto a la inversión que tenía que desembolsar el Ministerio para los intereses en la captación de turismo.

Muchas gracias, presidente.

SEÑOR PRESIDENTE.- Gracias, diputado.

A mí me quedó, tal vez es una afirmación que va de suyo, pero en una de las repreguntas que realizó el diputado Viera, una afirmación en relación a una pregunta que le había realizado el diputado Albernáz, en cuanto a que en su gestión no hubo dolo y, por ende, no hubo delito. No sé si usted quiere reafirmar el concepto. Por lo menos, la que yo tengo, que figura…

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No hubo ningún delito en mi Administración. No hubo dolo. Si no hay dolo, no hay delito. Fue lo que dije.

SEÑOR PRESIDENTE.- Perfecto.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Todas las contrataciones se hicieron de acuerdo al marco jurídico y legal vigente; todas. Por lo tanto, no hay en ningún momento un apartamiento de la legalidad.

Quiero que quede claro.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Simplemente, quiero hacer una última repregunta de la repregunta, porque creo que no me entendió la repregunta el diputado Cardoso. Prometo no cansar y es la última vez que pregunto sobre este tema. La duda es la siguiente. Lo digo con sinceridad, porque no logro comprender. Cuando yo me refiero a la vinculación del señor exministro con el señor Elbio Rodríguez no quiero preguntar sobre su vinculación entre privados y la agencia y la posibilidad de un negocio lucrativo, que quedó clarísimo y surge de la respuesta del diputado Cardoso. Lo que yo no logro comprender es, si el señor Elbio Rodríguez no tenía ninguna vinculación formal con el diputado Cardoso como ministro, no tenía ninguna vinculación formal con el

Ministerio, ¿cómo era posible que una persona ajena y extraña a la Administración participara, tomara contacto con información del Ministerio, ayudara a determinadas cuestiones, nada más ni nada menos que en la Dirección Nacional de Turismo, y que el diputado Cardoso nos diga que no tiene ningún tipo de vinculación más allá de la amistad?, que corre por otras vías y está claro. Esa es la duda que me queda.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Le contesto la duda que le pueda surgir.

El ministro no participaba en las decisiones de contrataciones de *marketing.* Lo voy a reiterar por décima quinta vez. Sí podía tener la posibilidad de que cuando se me pedía entrevista por parte de dueños de medios y los recibía con todo gusto -porque Uruguay es un país pequeño en el que nos conocemos, más aquí o más allá, todos-, los derivaba a la agencia. Eso sí pasó en más de una oportunidad. Muchos periodistas del departamento de Maldonado… Ustedes no se imaginan el sinfín, la cantidad de propuestas que llegan porque, lógicamente, el Ministerio de Turismo tiene prácticamente la mitad o el 60% de su presupuesto para invertir en comunicación.

El señor Elbio Rodríguez a mí no me asesoraba. Eso es lo que yo he dicho. Sí me consta que tenía conversaciones, sobre todo en lo que tenía que ver con la publicidad digital, con el director nacional de Turismo, como el propio director nacional de Turismo en su comparecencia lo reconoció. Ahora, no tenía acceso a ninguna información privilegiada, porque de hecho, para asombro de los propios, cuando compareció el señor Elbio Rodríguez en la Comisión y ustedes le preguntaron, explicó en un *power point* de dónde tenía toda la información y de dónde la sacaba. Es toda información pública. Ninguna compra del Estado ni del Ministerio hoy es secreta. Cualquier ciudadano desde cualquier rincón de la República que tenga Internet entra a la Agesic y allí puede ver todas las compras del Estado, una a una, cómo se distribuyen, las puede abrir, puede ver cómo se diversifican. Entonces, no es que tenía acceso a información de privilegio por haberse reunido un par de veces con el director Nacional de Turismo. La verdad: yo no le iba a prohibir al director Nacional de Turismo reunirse con quien se quisiera reunir; no estaba dentro de mis facultades ni de mis competencias.

SEÑOR REPRESENTANTE ANTONINI (Eduardo).- Me queda una duda de las repreguntas. Capaz que no entendí. Dice que el doctor Reta no conformaba facturas. ¿Es así?

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No; todo lo contrario. Dije que el doctor Reta sí conformaba facturas para que siguieran su trámite administrativo. Dije que lo que no podía hacer el doctor Reta con su firma era ordenar el pago ni pagarlas, dar por buena esa firma para realizar un pago porque no era ordenador de gastos.

SEÑOR PRESIDENTE.- A los efectos de que quede clara la pregunta y la respuesta. El doctor Reta daba continuidad al trámite, al expediente, pero para garantizar el pago necesitaba o la firma suya, en calidad de ministro, del director general o del director nacional de Turismo.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Exactamente; esos son los tres ordenadores del gasto.

SEÑOR REPRESENTANTE ANTONINI (Eduardo).- Me queda clara la respuesta. Quiero que conste también -está en la versión taquigráfica- que el director general de Secretaría, Curbelo, dijo en esta Comisión que surge del expediente que Reta conformaba facturas en representación del Mintur.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Yo no lo estoy negando. A ver… Parece que hay un problema de comprensión. Yo no lo estoy negando; en ningún momento negué que conformara factura para que siguiera el trámite administrativo correspondiente. No ejecutaba el pago, porque no era ordenador de gasto.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——No habiendo más preguntas y estando en tiempo para poder comparecer a la sesión de la Cámara, en cumplimiento del Reglamento, le agradecemos al diputado Cardoso la comparecencia y sus respuestas. Naturalmente, también al diputado Antonini, a quien aprovechamos a saludar y a despedir, porque seguramente a la próxima reunión de la Comisión, que está fijada para el jueves 25 a las 12 horas -en virtud de que nos han informado los coordinadores que en la jornada de hoy se estaría votando la prórroga hasta el martes 30, únicamente estaremos concurriendo los integrantes de la Investigadora,

Se levanta la reunión.

≠

REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Cámara de Representantes
Secretaría

XLIX Legislatura

DEPARTAMENTO PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 719 de 2021

Carpeta N° 1820 de 2021

Comisión Investigadora a efectos de estudiar las denuncias sobre compras y gastos desde marzo de 2020 a julio de 2021, y contratación de medios, realización de eventos y montos pagados desde marzo de 2010 hasta agosto de 2021, en el Ministerio de Turismo

SEÑOR REPRESENTANTE GERMÁN CARDOSO

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 16 de noviembre de 2021

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Juan Martín Rodríguez.

Miembros: Señores Representantes Rodrigo Albernaz Pereira, Gustavo Olmos, Conrado Rodríguez y Nicolás Viera Díaz.

Denunciante: Señor Representante Eduardo Antonini.

Invitado: Señor Representante Germán Cardoso.

Secretaria: Señora Pamela Klappenbach.

Prosecretaria: Señora Sandra Pelayo.

═══════II═══════

SEÑOR PRESIDENTE (Juan Martín Rodríguez).- Habiendo número, está abierta la reunión.

En la jornada de hoy esta Comisión ha sido convocada a efectos de recibir al diputado Germán Cardoso en calidad de invitado. Como informáramos hace algunos minutos a través del grupo de Whatsapp que tiene esta Comisión, el diputado Cardoso nos hizo saber que estaba demorada su llegada al Parlamento y que estaría arribando sobre la hora 11. Por lo tanto, sugerimos pasar a intermedio hasta esa hora para recibirlo.

Si no se hace uso de la palabra, se va a votar.

(Se vota)

——Cinco por la afirmativa: AFIRMATIVA: Unanimidad.

Se pasa a intermedio.

(Es la hora 10 y 10)

(Ingresa a sala el señor representante Germán Cardoso)

——Damos la bienvenida al diputado Germán Cardoso, quien ya ha participado en gran parte -o en casi la totalidad- de las instancias de esta Comisión. Por lo tanto, no vamos a entrar en detalles en cuanto al procedimiento a seguir porque lo conoce

Naturalmente, le vamos a dar la posibilidad -si así lo pretende y lo entiende- de hacer una introducción y luego pasaríamos a las rondas de preguntas. Simplemente, a efectos del funcionamiento de la Comisión, recordamos que 13 y 30 está citada la Asamblea General. Si esta Comisión continúa sesionando -que estimo que va a suceder-, alrededor de 13 y 15 vamos a proponer pasar a un intermedio a efectos de concurrir a la Asamblea General y al término de la misma estaríamos retornando. Se supone que la sesión será rápida y, eventualmente, si al comienzo de la sesión de la Cámara de Diputados esta Comisión continúa reunida, evaluaremos la posibilidad de pasar a intermedio y solicitar autorización, o continuar sesionando en el día de mañana. Eso lo veremos, eventualmente, más sobre la hora del comienzo de la Cámara.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Como usted muy bien lo ha dicho, presidente, he participado en todas las reuniones de la Comisión, excepto en aquellas que fijaron orden y metodología de trabajo porque no me correspondía desde el momento en que no la integro administrativamente.

Sí quisiera solicitarles -a usted y al resto de los miembros de la Comisión-, antes de ingresar en el tema de hoy en calidad de invitado, hacer algún comentario sobre la sesión del día de ayer, en virtud de que, seguramente, sea la última vez que comparezca a esta Comisión. Luego vendrá la etapa de los informes -ustedes ayer planificaron el trabajo-, pero me parece importante hacer algunas puntualizaciones que aspiro estén integradas al informe.

Lo primero que queda claro -estudiando ayer de noche la versión taquigráfica porque muchas veces hay situaciones que pasan por alto en las respuestas- es que el señor Benjamín Kemanian en la jornada de ayer, al ser preguntado sobre el desenlace en la contratación de las instalaciones deportivas de la UGAB, dijo lo siguiente: "Quizás, lo que refiere a la pregunta siete y ocho que había delineado el diputado Olmos, no queda absolutamente claro en el tenor de las respuestas.

En cuanto a la pregunta ocho, destacamos que quien estableció el contacto entre UGAB y quienes negociaron el acuerdo por parte de la SND fue el profesor Fernando Cáceres. El profesor Fernando Cáceres se pone en contacto con la Institución para plantearnos

que tenía interés en trabajar sobre una propuesta. Sabía que había una instancia anterior, que había un problema planteado y que tenía la instrucción precisa del presidente de la República de resolver la situación en los mejores términos y, a partir de ellos, abrimos la mejor mesa de negociación".

Dicho esto, la senadora Kechichián, cuando compareció en la Comisión mintió; faltó a la verdad. Dijo que no tenía absolutamente nada que ver un contrato con la venta frustrada y que era una simple coincidencia. Aquí, quien expuso en la tarde de ayer dice que el profesor Fernando Cáceres se contacta con ellos por instrucciones directas del presidente de la República, que sabía que había una instancia anterior y que tenía la determinación, por orden presidencial, de arreglar el tema.

Creo que está claro cómo derivan y cómo son las consecuencias y circunstancias de los hechos a posteriori.

Dicho esto -y me tomé el trabajo de leer las versiones taquigráficas en la tarde de ayer-, pasamos, ahora sí, a mi comparecencia en calidad de invitado a la Comisión.

Primero, quisiera hacer una introducción y después voy a responder las preguntas que se me hagan.

Quisiera empezar por la compra por excepción, en anteriores administraciones del Ministerio de Turismo. El Ministerio de Turismo, en anteriores períodos de gobierno, destinó montos significativos para la realización de campañas promocionales, en las diferentes temporadas, utilizando como regla el mecanismo de contratación directa, señor presidente; es decir, sin recurrir a un procedimiento competitivo, ya sea mediante licitación pública o licitación abreviada. Se contrataron directamente pautas en diarios, semanarios, emisoras y programas de radio, canales, medios digitales, plataformas y otros espacios publicitarios.

En el pasado período de gobierno se pueden citar como ejemplo las resoluciones del Ministerio de Turismo que se dictaron en las siguientes fechas -y las cito para que consten en la versión taquigráfica- : el 2 de diciembre de 2019, diarios y semanarios; el 19 de noviembre de 2016 y el 30 de noviembre de 2018, radios; el 11 de octubre de 2018 y el 30 de octubre de 2019, canales; el 22 de diciembre de 2017, el 7 de diciembre de 2018 y el 2 de diciembre de 2019, medios digitales y plataformas. También se contrataron en forma directa pautas publicitarias en el exterior del país como, por ejemplo, soportes en vía pública, resoluciones del 17 de octubre de 2019 por US$ 430.000; del 29 de noviembre de 2018, por US$ 430.000; del 17 de octubre de 2017, por US$ 400.000 y del 10 de noviembre de 2016, por US$ 385.000, todas ellas en la ciudad de Porto Alegre y a una única empresa.

Plataformas: resolución del 17 de enero de 2018 por US$ 350.000 en Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay; el 7 de diciembre de 2017, en los mismos países, por US$ 350.000, y el 14 de diciembre de 2016 en los mismos países, por US$ 322.000, todas a una misma empresa.

Señales de cable: resoluciones del 6 de noviembre de 2018 por US$ 370.000; del 6 de noviembre de 2018 por US$ 550.000; del 25 de octubre de 2017 por US$ 375.000; del 4 de febrero de 2016 por US$ 287.410; del 14 de diciembre de 2016 por US$ 511.000; del 7 de diciembre de 2016 por US$ 325.000; del 7 de diciembre de 2016 por US$ 350.000; del 27 de noviembre de 2015 por US$ 280.000; del 27 de noviembre de 2015 por US$ 470.000; del 23 de noviembre de 2015 por US$ 280.000; del 23 de noviembre de 2015 por US$ 310.000 y del 23 de noviembre de 2015 por US$ 275.070.

Todas las contrataciones de pautas publicitarias se realizaron por la anterior administración en forma directa, esgrimiendo las causales de imposibilidad de licitación o por prestación de servicios exclusivos como excepciones al régimen competitivo.

Es más: recurrió al procedimiento de compra directa por excepción en oportunidades en que en forma manifiesta no correspondía utilizarse tal procedimiento de contratación. Por ejemplo, la compra de inmuebles de la calle Cerrito y Zabala que tiene una doble observación, Resolución del Tribunal de Cuentas 2346/17; el convenio con la Unión General Armenia de Beneficencia, Resolución del Tribunal de Cuentas con doble observación por no haber llamado a licitación y no tener razón fundada de urgencia, del 18 de noviembre de 2015. Además, el convenio con la agencia de publicidad por Resolución del Tribunal de Cuentas 2379/2017; la contratación de servicios de vigilancia, Resolución del Tribunal de Cuentas 917/16, entre otras tantas, por hacer alguna referencia.

Venimos al contexto que nos tocó transitar en nuestra gestión del Ministerio de Turismo, en la declaración de emergencia sanitaria que formó parte prácticamente desde el comienzo de nuestra gestión; diez días después de haber asumido en el cargo, se declara la emergencia sanitaria.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) calificó al coronavirus, al covid- 19, como pandemia. Por Decreto N° 93/2020, el Poder Ejecutivo declaró en forma preventiva la emergencia sanitaria nacional y, por Decreto N° 94/2020 amplió las medidas dispuestas.

En ese marco se fueron adoptando, en el 2020, diversas disposiciones, limitando el ingreso al país, como el artículo 1° del Decreto N° 104/020 del Poder Ejecutivo, de 24 de marzo de 2020; el Decreto N° 159/020 del Poder Ejecutivo, del 2 de junio de 2020; los artículos 1° y 2° del Decreto N° 195/020 del Poder Ejecutivo, de 15 de julio de 2020; la Ley N° 19.932, así como también otras disposiciones en el presente año 2021.

El 22 de octubre de 2020 el presidente de la República anunció a texto expreso:

"A raíz de informes que hemos tenido […] va a ser un verano restringido, las fronteras van a estar básicamente cerradas salvo excepciones, que ya se conocen y quizás alguna más".

"Es una decisión difícil para nosotros, la estiramos, la estiramos, pero los elementos son contundentes". Palabras textuales también del señor presidente de la República.

El 29 de octubre del 2020, el Poder Ejecutivo anunció una serie de beneficios para mitigar la situación económica del sector turístico, atendiendo al cierre de fronteras para los turistas extranjeros. Se diseñó el "Plan verano con estímulos" para fomentar el turismo interno y apoyar al sector.

Es decir, se configuró una situación de imprevisibilidad y se actuó con extrema urgencia para atender a un sector que estaba sufriendo, y sufriendo mucho, y del cual dependían miles de puestos de trabajo, que era el principal de los desvelos de esta Administración: intentar salvar la mayor cantidad de ellos posibles.

Las consecuencias sociales y económicas de los efectos del coronavirus eran variadas, por lo que la gestión estatal se desarrolló con celeridad, solidaridad y justicia por el bien común. Como se ha dicho: "Lo realmente imprevisible no es el virus en sí, sino, las características y consecuencias de este virus que ha afectado la misma forma de vivir de los ciudadanos. Lo imprevisto no es el virus sino sus proyecciones". *La pandemia del coronavirus y la responsabilidad civil en el Uruguay* del doctor Gustavo Ordoqui, página 323.

En ese contexto, el Ministerio de Turismo implementó medidas para apoyar al sector turístico y promover el turismo interno en forma compatible con las restricciones sanitarias.

Recordemos la elaboración de protocolos junto al sector turístico del corredor termal, fundamentalmente, que fue el primero. Aquí está el diputado Albernaz, del departamento de Salto, que sabe bien las veces que nos reunimos con los trabajadores, con los sindicatos, con los gremios que representaban a personas desocupadas del sector turismo y servicios del corredor termal, que nos pedían soluciones urgentes para mitigar las necesidades y dificultades que estaban viviendo.

En cuanto a la promoción de la actividad turística en la emergencia sanitaria, nosotros fuimos siempre a la ley que regula la actividad turística.

De lo que se viene a reseñar surge, sin duda, por un lado, que las contrataciones de pautas publicitarias por el Ministerio de Turismo en períodos anteriores se realizaron siempre, como regla, en forma directa, sin llamado a licitación.

Por otro lado, que la situación ocasionada por el coronavirus determinó una reformulación de las políticas en materia de turismo, al afectarse el arribo de turistas internacionales. El turismo se paralizó a mediados de marzo de 2020. El covid- 19 afectó los medios de subsistencia y el bienestar a largo plazo, especialmente en los sectores más vulnerables, y eso se pudo ver con intensidad en aquellos que dependen directamente del turismo.

En ese contexto, señor presidente, en materia turística se implementaron diversas acciones. Debe tenerse presente que la Ley N° 19. 253, que regula la actividad turística, establece, en su artículo 1º, que el turismo es una actividad de interés nacional. El artículo 6° de dicha ley dispone que son cometidos del Poder Ejecutivo: "B) promover el desarrollo de la actividad turística a nivel nacional, regional e internacional".

De acuerdo con el artículo 8°, son cometidos del Ministerio de Turismo, entre otros, "[…] a efectos de realizar los objetivos contenidos en la política nacional de turismo y de propender al desarrollo del turismo:

A) El fomento del turismo mediante el desarrollo deactividades propias, el estímulo de la actividad de losparticulares o similar. B) Generar las condiciones necesarias para que el ejercicio del derecho al turismo resulte efectivamente accesible para todos, no solo mediante la realización de acciones en infraestructura y logística, sino también en la facilitación del goce del derecho".

Las acciones publicitarias que implementó el Ministerio de Turismo se enmarcaron en las medidas que tomó el Poder Ejecutivo para apoyar al turismo interno. Desde el punto de vista legal se invocaron los mismos fundamentos de derecho que emplearon anteriores ministros y anteriores administraciones, con una característica que lo hizo bien distinto: ellos utilizaron el procedimiento sin pandemia y sin urgencia.

Debe indicarse que el mecanismo de compra directa está previsto en el propio Tocaf. En efecto, el artículo 33 del Tocaf establece el elenco de excepciones al régimen competitivo de contratación, las que particularmente son aplicables a la contratación de publicidad.

Sin embargo, la presentación realizada por los denunciantes -que previo al funcionamiento de esta Comisión se ha presentado en sede-, confunde arbitrariedad con discrecionalidad. En efecto, según el doctor Delpiazzo "[…] hay discrecionalidad cuando la Administración puede decidir, según su leal saber y entender, si debe o no debe actuar y, en caso afirmativo, qué medidas adoptará". *Derecho Administrativo General*, Tomo 1.

Consecuentemente, la Administración tiene, en estos casos, un margen de libertad para interpretar el enunciado normativo

Mal puede existir abuso cuando se ejercieron los cometidos previstos por la ley que regula la actividad turística -declarada de interés nacional- y con el propósito de dinamizar el turismo interno.

En las contrataciones de publicidad referida por los denunciantes la causal de excepción invocada por la Administración no fue observada por el Tribunal de Cuentas de la República.

Como parte de la campaña promocional y plan de medios para la temporada 2020- 2021, se dispuso en Expediente N° 2020- 9- 1- 0001937 contratar pautas publicitarias en soportes ubicados en distintas locaciones de Montevideo y del interior del país.

En los antecedentes del acto administrativo -o sea, del expediente- surge: la intervención de la agencia, señalando que "adjunto las propuestas ya cerradas de TV y vía pública […], folio 23.

En el folio 26 se informa que la contratación, al igual que en otras oportunidades, se realizará en forma directa por "imposibilidad de licitación".

El informe hace referencia a una resolución del Tribunal de Cuentas, del 18 de junio de 1998, dictada ante consulta de la Contaduría General de la Nación respecto al criterio a seguir en la contratación de publicidad. En dicha resolución el Tribunal de Cuentas concluye que la contratación de pautas publicitarias puede ser llevada a cabo en forma "directa en razón de la imposibilidad de realizar una licitación", debiendo estarse a la "discrecionalidad del ordenador del gasto, atendiendo a razones de buena administración".

En el caso, la contratación dispuesta aseguraba la cobertura territorial pretendida por la campaña publicitaria.

Aquí me quiero detener un instante. Hablando de la contratación de los espacios de vía pública, se contrataron de manera directa a dos empresas que ya eran proveedoras del Ministerio de Turismo, y con eso se aseguró darle amplio conocimiento y profundidad en lo que es la red comunicacional de las medidas de estímulo que estábamos tomando para el desarrollo de la actividad del turismo interno en los diecinueve departamentos del país. Cualquier uruguayo, en este caso, podía transformase en un cliente cautivo de la actividad turística, porque era el único mercado que teníamos habilitado con posibilidad de seducir. Entonces, aquí pesó y pesó mucho la presencia, obviamente, en los diecinueve departamentos del país.

En el folio 30 de este expediente surge la afectación del gasto.

En el folio 39 la Dirección Nacional de Turismo sugiere remitir las actuaciones a Acuerdos y Resoluciones. Y en el folio 41 la Dirección General de Secretaría señala que "con lo dispuesto por la Dirección Nacional de Turismo, siga a Acuerdos y Resoluciones a efectos de dictar la resolución ministerial correspondiente".

La resolución de contratación es coherente con los antecedentes que surgen del expediente y emplea los mismos fundamentos de derecho esgrimidos en las resoluciones de contratación de pautas publicitarias realizadas por el Ministerio de Turismo en el anterior período de gobierno -numeral 10) del literal D) del artículo 33- ya sea en canales, radios o vía pública.

El Tribunal de Cuentas, por Resolución Nº 05/2021, de 13 de enero de 2021, dictada sin discordias, entendió que la contratación de la campaña promocional a través de los

soportes "se ampara en lo preceptuado en el numeral 10) del literal D) del inciso 2 artículo 33 del Tocaf, en cuanto a la imposibilidad de realizar el proceso licitatorio".

Por lo tanto, el Tribunal de Cuentas no objetó la realización de la contratación en forma directa.

La certificación del precio no pudo emitirse ya que la gestión "debió ingresar al Ministerio de Economía y Finanzas con anticipación no menor a los tres días hábiles de la contratación", es decir, por un tema formal. Previo informe, se insistió en el gasto por acto administrativo.

Respecto al tema de la certificación, debe tenerse en cuenta que la resolución que dispuso la contratación se dictó en un contexto de urgencia ante una situación imprevisible ocasionada por el covid- 19, la proximidad de la temporada de verano, la necesidad de difundir los beneficios que se habían aprobado y la conveniencia en promocionar el turismo interno; es decir, respondió a razones de interés general en su conjunto.

El acto que dispuso insistir en el gasto fue precedido de un informe técnico, que en forma fundada justificó la contratación realizada, señalando que la estrategia comunicacional de televisión abierta en los canales, 4, 10 y 12 y Televisión Nacional Canal 5, TV abierta interior y vía pública definida, a partir del trabajo de los técnicos del Ministerio, con asesoramiento de la agencia de publicidad contratada por el Ministerio […] recomendó la contratación en los términos establecidos en las resoluciones presentes en los tres expedientes de referencia". Concluyendo que "dado el actual escenario de incertidumbre ante la pandemia covid- 19 y la necesidad de adaptar la estrategia comunicacional a los mercados priorizados […] fue imposible, atendiendo los tiempos restantes del año y la necesidad imperiosa de comenzar la contratación de los soportes publicitarios, establecer el mecanismo de datos correspondiente […]".

En este informe se desarrolla la fundamentación de las contrataciones y planificaciones efectuadas por el Ministerio de Turismo, habiéndose empleado el mismo procedimiento de excepción utilizado por las anteriores autoridades de dicho Ministerio.

Los montos de las contrataciones son consistentes con anteriores inversiones en vía pública. Es más: al haberse enfocado la promoción en esta materia ante la "demanda doméstica", como señala el informe técnico antes referido, no se incurrió en contrataciones en el exterior del país, como las que se dispusieron en Porto Alegre por resoluciones del Ministerio de Turismo, de 10 de noviembre de 2016, por US$ 385.000; de 17 de octubre de 2017, por US$ 400.000; de 29 de noviembre de 2018, por US$ 430.000, y de 17 de octubre de 2019, por US$ 430.000. Montos estos "millonarios" y también comprometidos "en forma directa", como dirían los denunciantes, aunque contratados a una sola ciudad del exterior del país.

En este punto debe señalarse que los denunciantes pierden de vista la situación originada por la declaración de emergencia sanitaria nacional y la consecuente necesidad de "adaptar la estrategia comunicacional a los mercados priorizados", como señala el informe técnico antes mencionado.

Las contrataciones antes referidas no fueron realizadas "verbalmente", sino que se dispusieron por el Ministerio de Turismo mediante acto administrativo.

En cuanto a la observación de la falta de certificación, debe indicarse que existen antecedentes de falta de certificación del precio en contrataciones realizadas por el Ministerio de Turismo en el anterior período de gobierno y sin emergencia sanitaria.

A modo de ejemplo: la Resolución del Tribunal de Cuentas Nº 121/19, de 16 de enero de 2019, que observó la resolución de la ministra de Turismo de 30 de noviembre de 2018 que dispuso la contratación de pautas publicitarias a través de emisoras y programas de radios por falta de certificación del Ministerio de Economía y Finanzas en cuanto al precio y condiciones.

La resolución del Tribunal de Cuentas Nº 217/19, de 23 de enero de 2019, que observó la resolución de la ministra de Turismo, de 7 de diciembre de 2018, que autorizó la contratación en medios digitales por US$ 410.000 y $ 927.200 por principio de ejecución y porque "el Ministerio de Economía y Finanzas no ha otorgado la certificación".

Ahora bien, en estos dos casos la ministra de Turismo contó con la antelación y oportunidad de previsión que no pudo tener el Ministerio en 2020. En efecto, en 2020 las autoridades del Ministerio de Turismo tuvimos que actuar en un contexto de emergencia, debiendo asumir un cambio en la estrategia de promoción ante las medidas sanitarias que se fueron implementando por el Poder Ejecutivo.

Por cierto que la falta de certificación también se verifica en otros organismos públicos. Por ejemplo en la Intendencia de Montevideo, basta remitirse a las Resoluciones del Tribunal de Cuentas Nos. 1035/2021, 1602/2020, 943/2020, 603/2020, 2789/2019, 2226/2019, 1134/2019.

En suma, señor presidente, la contratación dispuesta en el Expediente Nº 2020- 9- 1-0001937 -al igual que la de los canales y radios-, es absolutamente lícita, teniendo como fundamento el numeral 10) del literal D) del artículo 33 que faculta a la Administración a contratar directamente cuando "no sea posible la licitación".

Al respecto, el doctor Delpiazzo dice que "existe imposibilidad por naturaleza" cuando el servicio a contratar "no puede hacerse siguiendo los trámites de la licitación"; "existe imposibilidad de hecho, cuando tratándose de cosa licitable considerada en sí misma, surge alguna circunstancia de hecho que impide la realización de la licitación". *Contratación Administrativa*, página 133. El propio Tribunal de Cuentas entiende, como se dijo, que en estos casos procede la contratación directa.

Cabe señalar que respecto a los canales, también el Tribunal de Cuentas, por Resolución Nº 0029/2021, resolvió que la contratación de pautas publicitarias se adecuó a lo establecido en el numeral 10) del literal D) del inciso 2 del artículo 33 del Tocaf.

La imposibilidad de la licitación se reafirma en el caso de las medidas que se fueron implementando por la emergencia sanitaria nacional.

Por el Expediente Nº 2067/2020 se dispuso la contratación de medios digitales. Por lo tanto, no se innovó en la contratación de este tipo de herramientas, ya que fue utilizada por la anterior gestión.

En el folio 21 la agencia comunica que "luego de hablar con Martín el pasado jueves, finalmente quedó sustituido Xaxis por Mediamath dentro de la compra de medios digitales. Así que reenvío adjuntas las propuestas de Kirma y Facebook (Cisneros) y agrego la de Mediamath para que tengan las tres propuestas finales del expediente de medios digitales". Dicho informe de la agencia está contenido en el expediente que envía el Ministerio.

En el folio 22 se informa: "norma legal habilitante", y se "sugiere continuar con el trámite".

En el folio 23 aparece la actuación y convalidación de Martín Pérez Banchero como director nacional de Turismo.

En el folio 26 se "adjunta afectación del crédito" y se remite el expediente a "Acuerdos y Resoluciones".

La resolución que dispone la contratación de medios digitales se realizó en forma congruente con los antecedentes del expediente. Además, la publicidad en medios digitales ya se había realizado en el anterior período de gobierno bajo el mecanismo de la compra en forma directa.

Por cierto que es lógico que las contrataciones se realicen a "impulso" del Ministerio de Turismo, porque eso implica dar cumplimiento a los cometidos que le asigna la ley de turismo y a las previsiones del Tocaf.

En cuanto a la causal de excepción en la contratación, el Resultando 6 de la Resolución del Tribunal de Cuentas Nº 343/2021, de 19 de febrero de 2021, cita informe del Ministerio: "la contratación de medios digitales, dado el carácter internacional de sus proveedores y la especificidad de estas proveedurías, […] establecieron la incapacidad de realizar llamados internacionales, debiendo recurrir al sistema de compra directa".

En el Considerando de la Resolución del Tribunal de Cuentas se establece que "Se tendrá por justificada la causal de excepción invocada (Resultando 6)". Por lo tanto, el Tribunal de Cuentas no observó la utilización del mecanismo de compra directa.

Las contrataciones de medios digitales que se verificaron en el pasado período de gobierno, también se realizaron en forma directa.

Es más, como ya se dijo, en el pasado período de gobierno el Tribunal de Cuentas observó el gasto por falta de certificación del precio.

En efecto, la Resolución del Tribunal de Cuentas Nº 217/19, de 23 de enero de 2019, observó la resolución de la ministra de Turismo, de 7 de diciembre de 2018, que autorizó la contratación en medios digitales por US$ 410.000 -Manerel S.A- Xaxis- y por $ 927.200 -a la misma empresa-, por principio de ejecución y porque "el Ministerio de Economía y Finanzas no ha otorgado la certificación".

En definitiva, en 2020 la contratación de medios digitales se realizó en base a causal de excepción prevista en el Tocaf sin que en el contralor de legalidad el Tribunal de Cuentas se procediera a observar la compra directa.

La observación realizada por la contadora delegada fue por principio de ejecución, por cierto, una causal de observación recurrente en la Administración pública. En el caso se insistió en el gasto, previo pasaje del expediente por la Dirección General de Secretaría.

Finalmente, ninguna irregularidad existió en la conformación de facturas, no estando vedados ministro y adscripto a realizar tales actos por norma legal. La conformación se dio de acuerdo al compromiso asumido por la Administración; confunden los denunciantes el acto de ordenar el gasto con el de conformar una factura.

Por lo demás, el ministro es ordenador secundario de gastos.

Se realizó el proceso correspondiente. En la administración, una vez que se ha procedido a la liquidación del gasto y a la intervención preventiva del organismo de contralor, se procede a efectuar el pago.

En cuanto al procedimiento de excepción en la Administración pública, señor presidente, la llamada "contratación directa" aduciendo alguna causal de excepción, es ampliamente utilizada. Es más: entre 2005 y 2020 se ampliaron las causales de excepción al procedimiento competitivo previstas en el artículo 33 del Tocaf.

Desde otro ángulo, debe señalarse que el Tribunal de Cuentas ha dictaminado que la causal de excepción se ha invocado en forma errónea en numerosas ocasiones, lo que no ocurrió en relación a las contrataciones aludidas por los denunciantes.

Por ejemplo, si se toma la Intendencia de Montevideo, el Tribunal de Cuentas objetó la ausencia de procedimiento competitivo en varias oportunidades. En los dos últimos años, estas son algunas de las resoluciones del Tribunal de Cuentas por las cuales se observó a la Intendencia de Montevideo por recurrir a la compra directa y no realizar licitación: 1336/2021, 1035/2021, 0128/2021, 2678/2020, 603/2020, 2789/2019, 2226/2019, 1136/2019, entre otras tantas que no vamos a enunciar.

La Intendencia de Canelones también ha sido observada por no justificar la contratación directa en este año, Resolución N° 1243/2021 del Tribunal de Cuentas.

En conclusión, señor presidente, las contrataciones de pautas publicitarias por parte del Ministerio de Turismo siempre se han realizado en forma directa por causal de excepción. En el 2020, la situación ocasionada por el covid provocó que el Ministerio de Turismo debiera tomar medidas urgentes, en forma consistente, con alivios fiscales, beneficios a la actividad y la conveniencia de promocionar turismo interno. Las contrataciones realizadas no fueron observadas por el Tribunal de Cuentas en lo que respecta a su realización en forma directa. Las resoluciones que dispusieron las contrataciones son congruentes con los antecedentes que obran en los respectivos expedientes que hemos citado.

Muchísimas gracias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias diputado Cardoso.

Hecha la introducción, le vamos a dar la palabra al diputado Olmos, quien ha tenido a bien acercar a la secretaría una serie de preguntas, a efectos de ser fotocopiadas para ser repartidas entre el invitado y los integrantes de la comisión.

Tiene la palabra el diputado Olmos.

SEÑOR OLMOS (Gustavo).- Muchas gracias, señor presidente.

Vamos a hacer la ronda de preguntas generales, tal como venimos trabajando en la comisión. Comienzo.

1) Usted ha sido representante nacional del departamento de Maldonado por el Partido Colorado, en los períodos 2005- 2010, 2010- 2015 y 2015- 2020. ¿Cuántos pedidos de informes realizó en esos tres períodos al Ministerio de Turismo por presuntas irregularidades en la gestión de la Cartera? ¿Promovió algún llamado a Comisión General o interpelación por parte de la Cámara o convocó a alguna comisión a las autoridades del Ministerio en esos períodos? En caso afirmativo, ¿en qué fechas y por qué temas?

2) Usted fue Ministro de Turismo desde el 1° de marzo de 2020 al 21 de agosto de 2021. ¿Cuántas investigaciones administrativas o auditorías ordenó por supuestas irregularidades en gestiones anteriores? En caso afirmativo, ¿en qué fecha, por qué motivos y cuáles fueron los resultados?

3) Su lista, la 2600, ¿realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia las elecciones nacionales del 27 de octubre de 2019? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?

4) Usted fue suplente del señor Eduardo Elinger como candidato a la Intendencia de Maldonado, compareciendo con la lista 2600 en las elecciones departamentales del 27 de setiembre de 2020. ¿Esa lista realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la

campaña hacia esas elecciones? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?

5) ¿Por qué motivo resolvió nombrar al doctor Martín Pérez Banchero como director nacional de Turismo?

6) ¿Qué vinculación mantenía usted al momento de asumir la titularidad del Ministerio con los señores Elbio Rodríguez y Daniel Reta?

7) ¿Conoce usted la vinculación de los señores Elbio Rodríguez y Daniel Reta entre sí?

8) ¿Cuál fue el rol del señor Elbio Rodríguez durante su gestión en el Ministerio? ¿En qué períodos y en qué temas actuó?

9) ¿Usted instruyó al entonces director nacional de Turismo, doctor Martín Pérez Banchero para que el señor Elbio Rodríguez lo apoyase en su gestión?

10) Usted ha declarado públicamente que el señor Elbio Rodríguez no era su asesor. ¿En qué condición estuvo vinculado a la gestión del Ministerio de Turismo? ¿Cómo calificaría, ya que entiende que no era su asesor, su vinculación con el señor Elbio Rodríguez en lo referido a su actuación en el Ministerio?

11) ¿Usted participó en reuniones de coordinación con el exdirector nacional de Turismo, señor Pérez Banchero, y el subsecretario de Turismo, Remo Monzeglio, relacionadas a establecer directrices vinculadas a la temática de contratación de publicidad en la Cartera?

12) ¿Usted tiene conocimiento de que el señor Elbio Rodríguez tenía acceso a información de las contrataciones de publicidad del Ministerio de Turismo?

13) ¿Cómo le hacía saber el señor Elbio Rodríguez el resultado de su trabajo con el director nacional de Turismo, doctor Pérez Banchero?

14) ¿Cuál es el motivo por el cual usted conformaba facturas de proveedores, cuando el control de la ejecución del servicio o entrega del bien lo realizan las unidades ejecutoras y no el ministro?

15) ¿En base a qué normativa se habilitaba a conformar facturas al doctor Daniel Reta, adscripto al ministro durante su gestión? ¿Conoce usted el Tocaf y podría mencionar alguna norma que permita realizar esa actividad a alguien que no es ordenador del gasto?

16) Además de percibir su salario como ministro, ¿recibía alguna otra compensación sea por viáticos, gastos de alimentación, combustible o telefonía?

17) ¿Cómo era el mecanismo de estudio y selección sobre contrataciones de publicidad en el Ministerio de Turismo mientras estuvo al frente de dicha Cartera? ¿Ese mecanismo tuvo cambios a lo largo del vínculo? ¿Qué rol jugaba la agencia en ese proceso?

18) ¿Recuerda cuántos expedientes con contrataciones de publicidad fueron observados por el Tribunal de Cuentas durante su mandato? ¿Y los motivos de las observaciones?

19) ¿Por qué motivos se realizaban las gestiones de certificación del MEF que requiere el Tocaf, en su artículo 33, literal C, numeral 9, posteriormente a la ejecución de la contratación en más de un expediente relacionado a temas de publicidad? ¿Quién disponía que se siguiese ese procedimiento?

20) Referido a la coordinación técnica creada durante el período en el cual usted fue ministro, ¿quiénes la integraban? ¿Cuándo empezó a funcionar? ¿Qué objetivos

perseguía esa coordinación? ¿Qué grado de incidencia tenía usted sobre las decisiones que allí se tomaban?

21) ¿Cuáles fueron los motivos que llevaron a la designación del denominado Comité de Marketing, integrado en su momento por el señor Pérez Banchero, el asesor señor Daniel Reta, señor Oscar Iroldi, que trabaja como parte del equipo del subsecretario Remo Monzeglio, y las funcionarias Serrana Díaz y Natalia Andreoni?

22) ¿Usted contrató como adscripta a la escribana Virginia González Rivero? En caso afirmativo, ¿qué funciones cumplía en el Ministerio de Turismo? ¿De dónde la conocía o quién le recomendó su nombre para la contratación?

Y a continuación, continúo con las preguntas no escritas.

23) En alguna comparecencia se habló de un documento basado en las tres erres de la Organización Mundial de Turismo, ¿existía un plan estratégico que enmarcara la gestión y, específicamente, las políticas de medios durante su gestión?

24) ¿Conoce usted los montos ejecutados entre el 2010 y el 2019, el promedio anual, para publicidad interna, en vía pública, en radios y tv, y en prensa escrita?

25) ¿Conoce usted los montos, también, el promedio anual, ejecutados entre el 2010 y el 2019 para publicidad digital interna? Estamos acá preguntando de Uruguay.

26) En relación a los funcionarios de marketing, ¿durante su gestión hubo reubicaciones ya sea desde marketing hacia otras áreas o desde otras áreas hacia marketing? En ese caso, ¿cuántas fueron y cuáles fueron los motivos?

SEÑOR REPRESENTANTE ALBERNAZ PEREIRA (Rodrigo).- Muy buenos días. Mi saludo formal al invitado.

Primero que nada, es difícil referirme a usted y no tratarlo como un ministro porque la verdad es que ha dado señales muy buenas al litoral del país, particularmente al departamento de Salto, atendiendo todos y cada uno de los reclamos que se hicieron, elevando el litoral y el destino turístico de las termas.

Mis preguntas son muy simples y me refiero directamente a las preguntas generales.

Quisiera saber si durante su gestión usted entiende que cometió algún delito. Esa sería la primera pregunta.

Por otra parte, después de haber participado de todas y cada una de las sesiones de la comisión, nos queda claro -eso es lo que uno entiende- que la compra directa era una regla en el ministerio y que, por la misma inercia de la gestión, las cosas no se cambian de un día para el otro. Teniendo en cuenta esto, la pregunta es: ¿cuáles serían las grandes diferencias o qué entiende usted que sería lo diferente entre su gestión y la anterior?

Simplemente eso. Muchas gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- ¿En cuanto a los procedimientos administrativos?

SEÑOR REPRESENTANTE ALBERNAZ PEREIRA (Rodrigo).- En cuanto a los procedimientos administrativos y a la visión general con respecto a la compra de servicio de marketing. Es simplemente eso.

SEÑOR PRESIDENTE.- No habiendo más preguntas para esta primera ronda, damos la palabra al diputado Cardoso para que pueda responder las preguntas formuladas tanto por el diputado Olmos como por el diputado Albernaz.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Muy bien. Vamos a ir una a una.

"Usted ha sido representante nacional del departamento de Maldonado por el Partido Colorado en los períodos 2005- 2010, 2010- 2015 y 2015- 2020…". Faltó agregar desde el 2020 al 2025, lo cual es un inmenso honor para mí porque son cuatro los períodos para los cuales he sido electo para representar al departamento. "¿Cuántos pedidos de informes realizó en esos tres períodos al Ministerio de Turismo por presuntas irregularidades en la gestión de la Cartera?". No recuerdo sinceramente en todos los pedidos de informes que haya hecho en quince años, no recuerdo de memoria hacia dónde estuvieron dirigidos. Pero no recuerdo haber realizado pedidos de informes por presuntas irregularidades por parte del Ministerio de Turismo.

Si promoví algún llamado a Comisión General o interpelación por parte de la Cámara o si convoqué a algunas de las comisiones a las autoridades del Ministerio en esos períodos, y en caso afirmativo, en qué fechas, creo recordar que, de común acuerdo con las autoridades, vinieron en más de una oportunidad. También recuerdo que vino el doctor Lescano en mi primer período como legislador. Yo formaba parte de la Comisión de Turismo de la Cámara y la exministra Kechichian, si mal no recuerdo, era la subsecretaria del doctor Lescano, ¿verdad? En algunas oportunidades, comparecieron en la Comisión de Turismo. Creo haber contestado la pregunta 1.

"2) Usted fue Ministro de Turismo desde el 1° de marzo de 2020 al 21 de agosto de 2021. ¿Cuántas investigaciones o auditorías ordenó por supuestas irregularidades en gestiones anteriores? En caso afirmativo, ¿en qué fecha, por qué motivos y cuáles fueron los resultados?". Ordené la auditoría del Plan BID, el desarrollo del programa BID; se lo encomendé al exdirector nacional de Turismo, Martín Pérez Banchero. De hecho, lo acompañé a una reunión en la Contaduría General de la Nación, donde tuvimos entrevista con un equipo que iba a disponer de la instrucción solicitada. Por lo que tengo entendido, estaba por culminarse al momento de mi renuncia. Estaba en marcha. Incluso, me consta porque, en alguna oportunidad, de la Contaduría General de la Nación habían ido al ministerio y se habían reunido con el director nacional.

"Su lista, la 2600, ¿realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia las elecciones nacionales del 27 de octubre de 2019? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?". Esta elección la lideré yo como primer candidato; era el primer candidato de la lista. Hicimos publicidad en varios medios de radio y televisión del departamento; en los canales, en los dos; radio, no en todas porque son muchas, pero sí en una cantidad importante. En vía pública, hicimos cartelería de construcción propia, es decir, enviábamos a hacer la estructura de caño por personas cercanas a nosotros y, después, se ponía la tela encima con la gigantografía. Eran personas de nuestra agrupación que, en lugares convenidos con los dueños, salían y los colocaban, en un cien por ciento en cruces frente a avenidas o en lugares de terrenos privados donde había visibilidad. Allí eran colocados.

¿Cuál fue la inversión en esos rubros? En este momento, no lo recuerdo, pero está en la declaración que todos debemos hacer en la Corte Electoral por cuanto estamos exigidos por ley de los gastos de publicidad en campaña electoral.

"Usted fue suplente del Sr. Eduardo Elinger como candidato a la Intendencia de Maldonado, compareciendo con la lista 2.600 en las elecciones departamentales del 27 de setiembre de 2020. ¿Esa lista realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia esas elecciones? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?". Bueno, siendo absolutamente sincero, fui suplente… Primero… A ver, si bien en las elecciones todos somos candidatos y todos somos dirigentes políticos, y nada está dicho hasta que se

cuenten los votos, era una obviedad que no había la más mínima posibilidad de ganar la Intendencia. El hecho de que figurara mi nombre en la primera suplencia del señor Eduardo Elinger tanto en la Lista 2600 como en la Lista 15, porque fueron dos las listas a la Intendencia -no fue una; existía la Lista 15 también-, fue para darle apoyo, para darle respaldo y para que trascendiera comunicacionalmente y públicamente que estábamos apoyando su candidatura, pero no -fue en paralelo a todo el año de pandemia en que yo fui ministro de Turismo y estuve recorriendo el país-, no estuve en la campaña de lleno, ni tuve el involucramiento directo para poder decir con exactitud qué medios se contrataron, dónde, porque no participé, como sí lo hice en la de octubre de 2019, pero también tiene que constar en la declaración jurada.

"¿Por qué motivo resolvió nombrar al Dr. Martín Pérez Banchero como director nacional de Turismo?"

Es una buena pregunta y asumo la responsabilidad, porque nunca en la vida le he rehuido a las responsabilidades que asumo. Tenía conocimiento con el doctor Pérez Banchero de aquí, de la Cámara de Representantes. En el período anterior, en el que yo había ejercido los cinco años como diputado por el departamento de Maldonado, él había estado en la Prosecretaría de la Cámara de Representantes, por lo cual participaba de las reuniones de bancada. Tenía conocimiento con él como dirigente político del Partido Colorado por el departamento de Colonia; habíamos estado en contacto en la campaña de 2009, cuando a nosotros el doctor Pedro Bordaberry, junto al hoy senador Coutinho, nos encomendó recorrer el país para dejar instaladas todas las candidaturas una vez transcurrida la elección interna, dejar instaladas las candidaturas a la diputación en los dieciocho departamentos del interior del país. Tuvimos una reunión con Pérez Banchero también en Colonia, que eso produjo una ruptura y su salida del sector en su momento, porque no aceptó la competencia con otras figuras que había en su momento en el departamento de Colonia, pero fue en buenos términos en cuanto a no aceptar reglas que eran del sector y que así estaban escritas para ser aplicadas. Lo nombré en consenso con el sector político con el que comparecimos. Nosotros… A ver: si recordamos la elección interna previa a la elección nacional, el sector Batllistas que lideraba el doctor Sanguinetti compareció con su candidatura, el economista Alfie con la suya y el doctor Amorín Batlle con la suya propia también. O sea: en la interna competimos los dos sectores. Luego de la interna, de cara a la elección nacional de octubre, se hace una alianza electoral entre Batllistas y la Lista 15, que no dejó de denominarse Batllistas. O sea: la Lista 15 se incorporó electoralmente a Batllistas y allí votamos juntos con el doctor Pérez Banchero en la elección nacional de octubre, por la que yo tuve el honor de que la población del departamento me honrara en mi cuarto período siendo electo diputado y el no logró lo propio en la competencia que lideró, siendo candidato en el departamento de Colonia. Al pertenecer a un departamento de un peso turístico importante -Colonia es el cuarto destino turístico del país-, siendo un abogado y teniendo conocimiento partidario con él fue que tomamos la decisión de nombrarlo. Esas son, un poco, cuando usted me pregunta, en la 5), por qué motivos decidimos nombrar al doctor Pérez Banchero. Bueno, no hay un motivo exclusivo, sino que hay un conocimiento y un desarrollo con el transcurso del tiempo, que llevó a que conversáramos con él y que a él le gustara la idea, donde definimos roles y actividades a desarrollar. Fundamentalmente, lo que nosotros le pedíamos era mucha presencia en el territorio y coordinar con las diecinueve intendencias, con las direcciones de Turismo de las intendencias departamentales; más allá del signo político que tuvieran, para nosotros era importantísimo el desarrollo de una política de Estado y más aún con emergencia sanitaria y con pandemia. Era una tarea titánica fortalecer los territorios, tratar de sostener la mayor cantidad de operadores y de trabajadores activos en el sector con las enormes dificultades. Hay que… Muchas veces

pasa el tiempo y nos vamos olvidando: en 2020 teníamos pandemia y no había vacuna. Entonces, era el estímulo, por un lado, al ejercicio de la actividad turística interna, protocolizada, cuidada.

Yo recuerdo que el primer sector en reabrir fue, para vacaciones de julio, el corredor termal del Uruguay, que estaba cerrado por el primero de los decretos de marzo de 2020. Allí trabajamos junto a las intendencias, junto al Ministerio de Salud Pública, en la elaboración de un protocolo bien estricto, que implicaba que hubiera un aforo determinado y ahí no podía entrar más cantidad de personas. El aforo era coordinado -y efectivamente controlado- entre Turismo, la intendencia y Salud Pública, las direcciones departamentales de Salud de cada intendencia, que en este caso eran Salto y Paysandú porque son los únicos dos departamentos en los que hay termas.

(Interrupción del señor representante Rodrigo Albernaz Pereira)

——Sí; también pidiendo el certificado. Obviamente, los establecimientos que brindaban servicios tenían una certificación visible que aseguraba que se estaba cumpliendo con los protocolos que exigían Salud Pública y el Ministerio de Turismo para que pudieran funcionar.

Lamentablemente, este rol y esta función que le encargamos al director nacional en los hechos no se dio nunca. Creo que en un año y medio de gestión fue en una sola oportunidad al litoral -fue la recorrida que hizo-, y otra recorrida en la que nos acompañó al departamento de Maldonado.

"¿Qué vinculación mantenía Usted al momento de asumir la titularidad del Ministerio con los señores Elbio Rodríguez y Daniel Reta?".

Con Elbio Rodríguez tengo conocimiento y amistad desde la adolescencia. Lo conozco -como se puede decir- desde toda la vida, situaciones que son más normales de lo común en el interior del país que en la capital. Y con el doctor Daniel Reta tenía conocimiento porque yo me casé con una mujer que tenía un hijo, que no era mi hijo biológico, pero sí lo crié como tal y como propio -desde que tenía tres años estuvo junto a mí-, y cuando lo inscribí en el colegio -fui a inscribirlo en el Colegio Saint Catherine's, en aquel momento- el director del colegio era el señor Daniel Reta. Después ese colegio se transformó en Saint Clare's y lo seguía siendo, y mantenía, cada tanto, por diferentes situaciones de coordinación o de conflictos que pudieran darse con el chiquilín -cosas normales del desarrollo de cualquier chiquilín en la vida escolar-, contacto con él, y tengo conocimiento, entonces, exactamente, desde el año 2005.

No es vinculante el conocimiento de uno con el otro. O sea, los conocía a los dos, pero no a uno por la vía del otro, sino separadamente.

"¿Conoce usted la vinculación […]", lo acabo de decir.

"¿Cuál fue el rol del Sr. Elbio Rodríguez durante su gestión en el Ministerio? ¿En qué períodos y en qué temas actuó?". Al señor Elbio Rodríguez -como él bien dijo- yo lo invité a mi ceremonia de asunción; lo invité a que me acompañara -como a tanta gente amiga y a la que uno le tiene afecto- el 2 de marzo al Ministerio, que estaba, felizmente -para lo que es la tranquilidad de uno-, desbordado de gente. Fue, según opinó la crónica de la prensa, el Ministerio en el que hubo mayor cantidad de gente en las asunciones que se dieron durante todo ese día. Y, obviamente, por ser Maldonado un departamento turístico esencialmente y por el ministro pertenecer al departamento de Maldonado, habiendo sido diputado en cuatro períodos confirmado por la ciudadanía, había una altísima cantidad de gente presente del departamento de Maldonado: operadores turísticos, amigos, compañeros políticos, y él estuvo allí; no tuvo asignado ningún rol. Me costa que se

conoció con el doctor Pérez Banchero en estas instancias. Asesor mío no lo fue; lo he dicho cada vez que me han entrevistado, lo digo y lo aclaro, porque ese es un rótulo que le puso la prensa y ha continuado. No fue asesor mío el señor Elbio Rodríguez. Sí lo vi en el Ministerio de Turismo en un par de oportunidades en que fue a saludarme, y según el conocimiento que yo tenía estaba asesorando al doctor Pérez Banchero por su conocimiento y su *expertise* en materia de publicidad digital, a solicitud de Pérez Banchero, porque era un tema que le correspondía a su unidad, a la Unidad Ejecutora 003 y a la División Marketing, y allí estaban ensayando y analizando todo lo que tiene que ver con el desarrollo de esa estrategia. Y debo ser cien por ciento honesto, porque así como digo que lo estaba asesorando al doctor Pérez Banchero, no es mi *expertise* tampoco la publicidad digital; es un tema que me resulta bastante ajeno a comprenderlo y confié plenamente en cómo lo venía haciendo la agencia, lo que hablé con el titular de la agencia en más de una oportunidad. Él me aseguró y me dio certezas de que la agencia tenía mecanismos de contralor, porque lo que se da ahí es cómo se controla la publicidad digital. Esa es la duda que se le da a cualquier jerarca. Yo contrato, en realidad, cuando estoy contratando aire contrato el rodaje de una campaña en digital y ¿qué certeza tengo de que lo que invertí y la cantidad de veces que salí y que me visualizaron se dieron y tienen una conectividad con lo que estoy pagando? Esa era una duda que a mí se me generaba, que quería saber, porque realmente no era especialista en el tema. El señor Moré a mí me aseguró que la agencia tenía herramientas que aseguraban el contralor del rodaje de las campañas y que efectivamente se cumplieran los contratos, tal cual, en cuanto a cantidad y calidad y eran contratados los servicios con las diferentes empresas, y sobre todo las visualizaciones y los clics, los famosos clics en publicidad digital, que es una tendencia y más aún en pandemia. Creo que si ya venía siendo una tendencia todo lo vinculado a lo digital, el hecho de que por parte de la Organización Mundial de la Salud se haya advertido que el papel era vector de trasmisión del virus, o el folleto, hizo que en todo el año 2020 no se utilizara un solo folleto y, obviamente, pasó a tener el rol protagónico de importancia. Por lo que ha sido el avance de la tecnología en todos estos años lo digital pasó a ser exclusivo; prácticamente no hubo papel, no hubo folletería, que también era una manera de promoción del Ministerio de Turismo. De hecho, en campañas anteriores, en el ingreso de fronteras y también en lugares claves, en centros de información, se proporcionaban mapas, folletos, afiches -en fin- publicitando diferentes destinos del país, y a partir de este impedimento por el covid pasó a ser cien por ciento digital.

"¿Usted instruyó al entonces director nacional de Turismo, Dr. Martín Pérez Banchero, para que el Sr. Elbio Rodríguez lo apoyase en su gestión?". No. Ellos se conocieron y comenzaron a hablar sobre el tema. Sí sé que en más de una oportunidad estuvieron reunidos y lo reconoció incluso el propio exdirector nacional cuando vino aquí a la Comisión, que había mantenido reuniones de análisis con el señor Elbio Rodríguez.

"Usted ha declarado públicamente que el Sr. Elbio Rodríguez no era su asesor. ¿En qué condición estuvo vinculado a la gestión del Ministerio de Turismo?" Creo ya haberlo contestado.

"¿Cómo califica ya que entiende que no era su asesor, su vinculación con el Sr. Elbio Rodríguez, en lo referido a su actuación en el Ministerio?". Creo que ya lo contesté.

"¿Usted participó en reuniones de coordinación con el exdirector nacional de Turismo, Sr. Pérez Banchero, y el Subsecretario de Turismo, Remo Monzeglio, relacionadas a establecer directrices vinculadas a la temática de contratación de publicidad en la cartera?" A ver, de nuevo voy a ubicarlos en el contexto. El 90% del Ministerio estuvo con teletrabajo durante un año y medio. Las unidades del Ministerio estaban, prácticamente,

vacías; estábamos los jerarcas y algún buen valiente funcionario que seguía yendo, porque por decreto estaban autorizados a no ir.

Reuniones de coordinación tuvimos muchas -con el director nacional, con el director general de Secretaría, con el subsecretario- en lo que tenía que ver con muchísimos temas.

Obviamente, el tema del área Marketing estuvo presente en las diferentes reuniones de análisis que teníamos. No recuerdo en cuántas exactamente, pero sí que nos reunimos para analizar un poco cómo venía marchando la División de Marketing, sobre todo, porque hubo una campaña que lideró Marketing, conocida como Campaña de Colores, para la vacaciones del mes de setiembre, en la que también se insistía en la utilización de la protocolización y en el distanciamiento, y se promovían, fundamentalmente, destinos y lugares al aire libre, donde hubiese esparcimiento. Allí tuvo un rol activo la División de Marketing. Eso lo coordinamos con el doctor Pérez Banchero y las diferentes autoridades del Ministerio en su momento.

"¿Cuál es el motivo por el cual usted conformaba facturas de proveedores, cuando el control de la ejecución del servicio o entrega del bien lo realizan las unidades ejecutoras y no el Ministro?".

En ningún…

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Se salteó las preguntas 12 y 13.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- "Usted tiene conocimiento de que el sr. Elbio Rodríguez tenía acceso a información de las contrataciones de publicidad del Ministerio […]?".

No, no tengo conocimiento. Creo que fue muy claro el señor Elbio Rodríguez. Puede tenerlo el señor Elbio Rodríguez o Juan de los Palotes. Es toda información pública que está publicada en las compras del Estado. Él lo explicó claramente cuando compareció en la Comisión. Así me pareció entenderlo; no sé qué fue lo que entendió el resto de la Comisión. Lo explicó; inclusive, utilizó el sitio web público del Estado para comparar y entender de dónde había sacado la información.

No es ninguna información secreta. Puede llegar a la misma el señor Rodríguez, el señor Sánchez, cualquiera de los que estamos en esta Comisión o cualquier ciudadano que no tenga ningún vínculo con el Ministerio de Turismo, pero tenga la simple curiosidad de querer saber cómo se están invirtiendo los rubros y en qué se está gastando el dinero. Puede acceder a la información porque es pública.

La pregunta trece ya la contesté.

La catorce: "¿Cuál es el motivo por el cual usted conformaba facturas de proveedores, […]". No está en ningún lado, a texto expreso, que el ministro no lo pueda hacer; no existe la imposibilidad. Cuando se conformaban los gastos -porque yo era consciente de que se habían realizado-, una vez que cumplía con todo el trámite administrativo, también las conformaba como ministro y como responsable de las mismas porque sentía la responsabilidad de hacerlo como parte del equipo y cabeza máxima. No estaba impedido por ninguna norma, ni por el Tocaf ni por ninguna otra acordada o decreto, a no poder hacerlo.

"¿Además de percibir su salario como Ministro, recibía alguna otra compensación sea por viáticos, gastos de alimentación, combustible, telefonía?".

Sí, claro, como todos los ministros; como todos los ministros en esta Administración y en las administraciones anteriores.

Cuando salíamos y recorríamos, recibíamos viático e íbamos en el auto oficial con el chofer. El combustible, obviamente, era pagado por el sistema Sisconve, que tiene sintonía cuando uno informa dónde estuvo con el lugar donde se recargó combustible.

SEÑOR PRESIDENTE.- Perdón, diputado Cardoso.

Me parece que la pregunta 15 quedó pendiente. A menos que usted haya interpretado que al responder la 14 también respondió la 15...

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- "¿En base a qué normativa sé habilitaba a conformar facturas al dr. Daniel Reta, adscripto al Ministro durante su gestión? ¿Conoce usted el TOCAF y podría mencionar alguna norma que permita realizar esa actividad a alguien que no es ordenador del gasto?".

A ver: el doctor Reta lo que hacía era dar su conformidad y, después, esto era elevado al ministro.

Podría decirles que no conozco ningún artículo del Tocaf que prohíba que un adscripto pueda conformar un gasto; no lo conozco. No existe la prohibición expresa. Y nada de lo que no esté prohibido, puede dejar de hacerse.

Incluso, no lo firmaba como ordenador de gasto porque la firma final era la del ministro. Sí daba su conformidad, en algunos casos -porque no estaba inhibido a hacerlo-, pero no era quien conforma la factura para que finalmente se pagara.

La pregunta dieciséis ya la contesté.

"¿Cómo era el mecanismo de estudio y selección sobre contrataciones de Publicidad en el Ministerio de Turismo mientras estuvo al frente de dicha cartera? ¿Ese mecanismo tuvo cambios a lo largo del vínculo? ¿Qué rol jugaba la agencia en ese proceso?"

Todo. Siempre enviábamos absolutamente todas las contrataciones para que fueran estudiadas y avaladas por la empresa. De hecho, llegaban un sinfín de propuestas al Ministerio, que por orden estricta del ministro eran derivadas a la agencia y, otras tantas, iban directamente a la agencia.

En mi pasaje por el Ministerio de Turismo fueron a verme, a mi despacho, porque vivimos en un país muy chico y uno de los roles más específicos del Ministerio de Turismo es comunicar, anunciar para vender turismo y tratar de lograr captar la mayor actividad posible, en este caso dentro del territorio nacional, la movilidad entre personas, desde el dueño del *Canal 12* -que es tocayo mío: Cardoso, de apellido- y dueños de medios hasta coproducciones de medios, de programas, personas. Recuerdo que fue a verme el señor Beltrame, que tenía un programa de turismo que recorrría diferentes lugares del país. Se reunió conmigo en más de una oportunidad el señor Grille, dueño de *Caras y Caretas*. Con todos siempre estuvo claro que nosotros íbamos a conciliar con la agencia, pero la palabra final en cuanto al estudio -porque tenía la expertise que yo no tenía en cuanto a conocimiento y profesionalización de la utilización de medios- era de la agencia. Para algo cobraba un *fee* de US$ 9.500 mensuales: porque eran los profesionales en la materia. Entonces, en esos términos es que nosotros confiábamos plenamente en la agencia.

Esta fue una agencia que heredamos de la Administración anterior. Estaba contratada, licitación mediante. Venía con un contrato que vencía el 31 de marzo. Ese contrato también establecía que en el caso de no querer continuar, para hacer un nuevo llamado a licitación, se debería notificar a la agencia de publicidad con sesenta días de anticipación a ese plazo del 31 de marzo. Sesenta días previo al 31 de marzo, era fines de enero, cuando quien habla no era ministro y estaban al frente del Ministerio de Turismo las

autoridades salientes: Liliam Kechichián, Benjamín Liberoff y Hyara Rodríguez. No formó parte ni se nos puso en conocimiento esta situación en la transición, ni se nos preguntó si teníamos opinión formada en cuanto a si se le renovaba o no por un año más a la agencia. El 1º de marzo, al asumir nosotros y haber expirado el plazo de sesenta días con anterioridad al vencimiento del 31 de marzo -que era veintiocho días después de que nosotros habíamos asumido-, no tuvimos otra alternativa que continuar con el contrato.

Así que no tengo nada que decir. Igualmente, no tengo críticas a la agencia; lo digo con total honestidad. Siempre que recurrí a ella actuaron con mucha profesionalidad. Confié en ella y en los informes que me elaboraba. Y todos, absolutamente todos los expedientes sobre los cuales nosotros tomamos resolución… Es más: expresamente le pedíamos a nuestros asesores y a los cargos jerárquicos que cuando nos trajeran acuerdos y resoluciones, decisiones para tomar en lo que tenía que ver con el *marketing*, hubiesen pasado por la agencia.

"¿Recuerda cuántos expedientes con contrataciones de publicidad fueron observados por el Tribunal de Cuentas durante su mandato? ¿Y los motivos de las observaciones?".

Fueron dos. En ninguno de los dos se objetó la urgencia ni la compra directa, sino que hubo pronunciamiento del Tribunal por unanimidad, coincidiendo.

Una de las observaciones fue porque no se logró entrar con setenta y dos horas de anticipación al Ministerio de Economía; por una situación de urgencia que implicaba la pandemia, necesitábamos asegurarnos los lugares y que íbamos a tener presencia en los diecinueve departamentos del país, y cuantos más días transcurrieran, corríamos el riesgo de no tener esos lugares que estábamos necesitando. Entonces, fue ahí que en base a ese cambio en la estrategia que hubo que hacer sobre la marcha, por la emergencia sanitaria y por las medidas que el gobierno había tomado de estímulo al ejercicio de la actividad y a que entendíamos que había que darle un profundo e importante conocimiento a la población del país a través de la vía pública, de la radio, de la televisión, no se cumplió con ese requisito del ingreso. Sí fuimos al Ministerio de Economía; no lo salteamos. Nos presentamos en el Ministerio, pero ya había comenzado la ejecución, sobre todo, en canales. El expediente estaba formado por muchas contrataciones, no solamente las de la vía pública; también había radio, televisión, periódicos. Esta es una manera muy normal de trabajar del Estado. Es decir: no con los medios del extranjero, pero sí con los medios locales, con los que hay un conocimiento de muchísima cercanía, muchas veces se vencen los saldos y se continúa, previo a que exista la orden expresa. O sea: ahí hay un corrimiento en la fecha. Pero es de público conocimiento que las campañas se corren, se cotejan. Por eso lo que hablábamos, de que hay un sinfín de observaciones y de falta de certificación del Tribunal de Cuentas, incluso, en las administraciones anteriores, sin pandemia, y en las intendencias de todos los partidos políticos. Es una acción normal en la administración pública.

Una observación fue por la falta de certificación.

La otra, que fue levantada, fue por falta de inscripción en el RUPE. Cuando se inscribió en el RUPE, fue levantada esa observación

Por lo cual, ninguna de las observaciones pasó a la Asamblea General. Cuando el Tribunal de Cuentas observa el gasto, por las razones que sea, la Administración tiene la potestad de contestar en un informe por razones fundadas por qué hay que insistir con el gasto. El Tribunal de Cuentas tiene dos opciones: volver a observar y enviarlo a la Asamblea General -es un mecanismo último, en el que dice: "No, no. Pará. No podés hacer lo que querés"- o dar por buenas las razones de urgencia y los fundamentos que expone el jerarca para reiterar el gasto.

En nuestro caso, en las dos oportunidades en que hubo observaciones, la redacción de fundamento de los gastos fueron de recibo del Tribunal, que no los volvió a observar y no envió a la Asamblea General.

"¿Por qué motivos se realizaban las gestiones de certificación del MEF […]". Esta pregunta ya la contesté.

La pregunta diecinueve está contestada, Olmos, ¿no?

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Sí.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- La veinte: "Referido a la coordinación técnica creada durante el período en el cual usted fue Ministro, ¿quiénes la integraban? ¿Cuándo empezó a funcionar? ¿Qué objetivos perseguía esa coordinación? ¿Qué grado de incidencia tenía usted sobre las decisiones que allí se tomaban?".

Esto fue varios meses después de que habíamos asumido al frente del Ministerio. Yo no recuerdo la fecha exacta, pero sí fue producto de varias conversaciones y análisis, tanto con el subsecretario como con el director general de Secretaría.

Como ustedes sabrán, la conformación de los Ministerios del actual gobierno tiene una característica que la hace diferente a lo que eran los gobiernos anteriores: los jerarcas pertenecen a diferentes partidos políticos. Esto, que puede ser visto a priori, de afuera, con algún prejuicio, como algo negativo, implica la necesidad de tener mucho más diálogo, implica la necesidad de tratar de lograr mayor cantidad de consensos, de tener mayor cantidad de miradas, de opiniones, en cuanto a distintos temas.

Entonces, esto hacía que, tanto con el subsecretario como con el director General de Secretaría, que los tres pertenecemos a diferentes partidos políticos -el subsecretario es del Partido Nacional; el director General de Secretaría, de Cabildo Abierto-, entendiéramos que analizando a la Unidad Ejecutora 003, el rol, la dinámica, la baja -lo digo con absoluta honestidad y la responsabilidad que implica que yo haya tomado la responsabilidad de nombrar al director Nacional de Turismo-, y viendo que no estaba funcionando como nosotros pretendíamos que funcionara, dando los resultados de productividad laboral en cuanto a recorridas en el territorio, presencia en los mismos, interacción con los gobiernos departamentales, con los gobiernos municipales, alcaldes, etcétera, es decir, mucha presencia en el territorio, fuimos entendiendo que tal vez lo que necesitábamos era darle apoyo a la Dirección Nacional y creamos la Asesoría Técnica, con participación de todos, de la Dirección Nacional, de los adscriptos al subsecretario Óscar Iroldi y Scognamiglio, y del adscripto, para esa Asesoría Técnica puntual, vinculado a mi Secretaría, el doctor Daniel Reta, el director Nacional de Turismo, el área de marketing; también estaba el director General de Secretaría del Ministerio.

Creo que empezó a funcionar aproximadamente entre mayo y junio del año 2020. Esa sería la fecha aproximada en la cual comenzó a funcionar.

Ya dije quiénes la integraban y cuándo empezó a funcionar.

Los objetivos que perseguía esa coordinación eran esas mismas descripciones de acciones en las que puse énfasis.

En cuanto a la coordinación con el área marketing de las diferentes campañas que teníamos que desarrollar, nos adaptábamos permanentemente a las nuevas modalidades y circunstancias que nos ponía la pandemia, que eran variadas, todo el tiempo. Cito ejemplos. Todos fuimos aprendiendo con el transcurso del tiempo cómo tratábamos de protegernos de lo que era el avance del virus de la pandemia y, sobre todo, de sostener los diferentes sectores de la actividad económica de la vida del país.

Cuando viene la emergencia sanitaria, en honor a la verdad, porque no estaba previsto… Yo lo he dicho en cuanto programa de radio y televisión he ido durante todo este año y medio: si algo no estaba previsto en el programa de gobierno de ningún partido político era asumir y tener que hacerse cargo de una emergencia sanitaria mundial, de un virus que era nuevo, que no conocíamos, para el cual no había vacunas y todo el tiempo nos bombardeaba la información que nos llegaba con diferentes opiniones acerca del modo de contagio, de la línea de contagio, el surgimiento de cepas nuevas, es decir, había una gran incertidumbre.

Cuando en marzo del 2020 decretamos la emergencia sanitaria -como la referencia que teníamos era Europa, por primera vez América del Sur, Centroamérica o quien fuere no era campo experimental del Primer Mundo, sino que, al contrario, iba adelante la pandemia en lo que era el verano europeo- las primeras noticias que teníamos era de que había una disparada y un crecimiento del virus hasta el día setenta y dos, setenta y cinco, después se meseteaba y comenzaba a bajar.

Entonces, todos teníamos la más firme esperanza y convicción de que contábamos a partir de marzo; veíamos cuál había sido el proceso europeo, pensábamos que acá iba a ser lo mismo y que, entonces, en noventa días íbamos a estar fuera de peligro y ya pudiendo soñar con reabrir a la actividad turística con normalidad. Lo que sucedió, que tuvimos que ir aprendiendo sobre la marcha, fue que en ese primer análisis no estaba previsto que iba a haber segunda ola, tercera ola, cuarta ola y que los contagios comenzaron a complejizarse y los CTI empezaron a entrar en situación crítica y que diferentes países tenían necesidad de respiradores. Veíamos en la prensa situaciones horribles en el Primer Mundo, situaciones que uno nunca podía haber llegado a imaginar, en cuanto a que en los hospitales y sanatorios seleccionaban a qué personas sí y a qué personas no, según la edad que tenían, le iban a dar un respirador, porque no tenían para todos y de una manera tremendamente cruel, pero real también, veíamos cómo se seleccionaba quién vivía y quién no. Eso nos impactaba duramente y, obviamente, era el principal adversario a hacer frente, para hacer el mayor esfuerzo posible y tratar de que en nuestro país no pasara eso, como felizmente no pasó. Llegamos a tener un CTI, sí, tensionado, con una cantidad de ocupación récord en la historia del país, pero nunca se le negó una cama de CTI ni un respirador a nadie. Nosotros no llegamos a situaciones límite a las que llegaron los países del Primer Mundo, lo que nos permitió, entonces, por otro lado, ir tratando de equilibrar todo lo que tenía que ver con la actividad turística y la planificación -a la que se refieren en la pregunta 20-, sobre cómo ir haciendo frente a esa dificultad a través de la protocolización, a través del sello de turismo responsable; nuestro espíritu era hacerle llegar a la gente, que también estaba encerrada, que también estaba padeciendo situaciones psicológicas, producto del encierro no deseado, y cuando empezaban a darse en la sociedad diferentes manifestaciones que complejizaban las relaciones humanas de las personas por el encierro, la promoción de espacios verdes y el aire libre, con el distanciamiento y la higiene que estaba previsto en las protocolizaciones. Eso todo formaba parte de este grupo de análisis de cómo íbamos avanzando, monitoreando día a día cómo seguían la región y el mundo. Yo recuerdo que hasta prácticamente enero del 2020 éramos el único punto verde en toda América Latina. Eso nos permitía seguir teniendo contacto con el resto del mundo, fundamentalmente con Estados Unidos y Europa. Éramos el único país de Latinoamérica que manteníamos contacto y eso permitía el tránsito, fundamentalmente de mercaderías, de mercancías, pero también de pasajeros, que venían al amparo de los decretos que estaban vigentes, que eran las nueve excepciones; finalmente, a partir de algunas modificaciones que se fueron haciendo al decreto original -si mal no recuerdo, creo que fueron dos las modificaciones que se fueron haciendo en el transcurso del tiempo- se habilitaron nuevas

modalidades y características de excepción. La coordinación técnica coordinaba, en una situación muy atípica, con el resto de los Ministerios: con Salud Pública, sobre todo, porque la actividad turística era la que más sufría, producto de la pandemia, por tener puerto cerrado, aeropuerto cerrado, ingresos de fronteras terrestres cerradas; sufría una cantidad muy importante de actividad vinculada al turismo y a los servicios: la gastronomía, los salones de fiesta, los espectáculos artísticos, culturales, todos ellos realmente sufriendo las consecuencias, que eran cuantificables y arrojaban resultados tremendos en cantidad de dinero; también estaban las tantas otras que en una primera visualización no se ven, pero que también sufrían, como los *disc jockey*, los mozos de los *catering*, las modistas, las personas que se dedican a pintar y a preparar a las señoras y a las chiquilinas cuando tienen cumpleaños de quince, los casamientos. Es decir: un sinfín de actividades se vieron perjudicadas y dañadas. Nosotros, entonces, coordinábamos tanto con el Ministerio de Salud Pública, por las medidas sanitarias, como con el Ministerio de Trabajo y el Banco de Previsión Social, intentando atender y llegar a la mayor cantidad de trabajadores posibles que estaban afectados, para que fuesen tenidos en cuenta todos, que no quedase ninguno afuera, porque la situación era realmente muy compleja y siempre, siempre, cuando se hacía el listado aparecía alguno que había quedado por fuera, producto del relato que acabo de hacer de actividades que no se podían visualizar como primeras actividades vinculadas al turismo y los servicios, pero que también, producto de la paralización de todas las actividades, estaban sufriendo. Allí también se coordinaban en ese equipo técnico las decisiones que se tomaban.

Dije cuándo empezó a funcionar, los objetivos que perseguía esa coordinación. "¿Qué grado de incidencia tenía usted sobre las decisiones que allí se tomaban?". Y, bueno, tenía la incidencia que tiene la opinión de un ministro, pero no eran decisiones unilaterales, trabajábamos siempre en equipo por lo que le expliqué recién, que había una unidad ejecutora en el Ministerio cuyos tres principales jerarcas pertenecían a partidos políticos diferentes y eso hacía que tuviéramos que tener inexorablemente una vocación al diálogo, a compartir con el resto de los compañeros y a hacer frente a las dificultades que ponía la pandemia por delante, tomando aquellas decisiones en las que estábamos de acuerdo en que eran las mejores, en esa lucha continua y permanente el equilibrio entre lo que era atender a lo urgente, que era la pandemia y el estado sanitario de la población en general.Pero también nos ponía por delante y como desafío atender y proteger la salud de los miles de trabajadores vinculados al sector del turismo y los servicios, que estaban expuestos, lógicamente, porque turismo y servicios lo que hace es tratar con público, y darle garantía y certeza a quien se decidiera a ejercer actividad turística, ya fuese en un hotel de Montevideo o del interior del país, de que en él se estaba cumpliendo con los protocolos y se estaba haciendo el máximo de los esfuerzos para que la persona se sintiera cuidada, segura y para que no se viera contagiada; digo, porque lo dijimos siempre, que tuviera la certeza de que se estaba haciendo el máximo esfuerzo para no contraer el virus, porque no podíamos garantizar que no fuera a contraer el virus

Esa también era una pelea que teníamos contra el destino, porque realmente todo se volvía muy dificultoso por el temor que tenía la gente, el miedo que tenía la gente a contraer el virus. Eso hizo que fuésemos muy estrictos y coordináramos todo el tiempo con Salud Pública, en lo que era la aplicación de los protocolos y el cuidado de la atención al público, el uso de las mascarillas, la aplicación de los separadores en la gastronomía y en lugares en que había atención al público, también en hotelería, entre las diversas acciones que llevamos adelante.

"¿Cuáles fueron los motivos que llevaron a la designación del denominado 'Comité de Marketing', integrado en su momento por el Sr. Pérez Banchero, el asesor Sr. Daniel Reta, Oscar Iroldi, que trabaja como parte del equipo del Subsecretario Remo Monzeglio y la funcionarias, Serrana Díaz y Natalia Andreoni?".

Bueno, los motivos que he señalado. Entendíamos que como el doctor….

Primero, en lo que es la función y la competencia de la Dirección Nacional de Turismo, fuera del área marketing, porque también tiene competencias la Unidad 003… O sea, la Unidad 003 no solamente se hace cargo y tiene responsabilidad sobre el marketing; sí el marketing depende de la 003, pero hay otro montón de competencias que tiene el director Nacional que son ajenas al marketing estricto.

En lo que eran las competencias que tenía, ajenas al marketing, nosotros realmente estábamos evaluando con preocupación cómo venía siendo el desempeño de esta unidad, en lo que tenía que ver con la coordinación con los territorios. Es más: teníamos quejas de varios directores de Turismo que nos hacían llegar la falta de comunicación y de entendimiento y, fundamentalmente, de trabajar en equipo entre los departamentos del interior y la Dirección Nacional de Turismo para poder coordinar acciones en conjunto.

Entonces, como allí había una flaqueza se crea este comité y en el Comité de Marketing exclusivo, el doctor Pérez Banchero, respondía a mi partido político y nosotros entendíamos que tenían que estar allí representados también otras visiones para tomar las decisiones; así fue que se integró al subsecretario con sus asesores y también formaba parte, en la medida en que le era posible y así lo quería hacer, de las decisiones, el director General de Secretaría del Ministerio, con estas funcionarias. Las funcionarias Serrana Díaz y Natalia Andreoni tuvieron un rol protagónico con la División de Marketing y la Dirección Nacional en la ejecución de la campaña Uruguay en Colores. En honor a la verdad, no tuvimos las mejores críticas para el desarrollo de esa campaña. Nosotros quisimos darle la posibilidad a la unidad de marketing; fue la agencia que coordinó con Marketing, a lo inverso de lo que venía haciendo, porque queríamos tener la posibilidad de medir cuál era el alcance de la profesionalización y de los colaboradores de carrera que teníamos en el Ministerio, en cuanto a que tuvieran la posibilidad de opinar, de incidir y de decidir en lo que eran las campañas estratégicas comunicacionales y le dimos una cuota importante de confianza. Es más: la campaña Uruguay en Colores fue elegida y, de alguna manera, planificada por el área de Marketing del Ministerio, y no por la agencia. La agencia después coordinó, hizo algunas modificaciones y la aplicó. Igualmente la actividad que desarrollamos en el 2020, en el estand que históricamente tuvo el Ministerio de Turismo en la exposición de la Rural del Prado. En el 2020 hubo exposición en la Rural del Prado protocolizada. Lo recuerdo de nuevo, porque siempre es bueno tratar de pararse en el lugar y en las circunstancias. Estábamos en setiembre de 2020, sin vacunas y con un nivel importante de avance del virus tanto en Argentina como en Brasil. Entre los dos países forman más del 80% de los clientes que tenemos en cuenta turística.

Allí se desarrolló una campaña del Ministerio del Turismo por parte de la Dirección Nacional y el área de Marketing, que tampoco nos conformó o, por lo menos, estuvo por debajo de las expectativas que se nos habían generado, con la contratación y aplicación, a sugerencia de la División de Marketing y de la Dirección Nacional, de una aplicación para ganar viajes y destinos dentro del territorio nacional, vacacionales, que no tuvo la cantidad de apertura que nosotros esperábamos. Por lo menos, así se nos planteó por parte de la División Marketing y de la Dirección Nacional en cuanto a que tendría un éxito muy importante el desarrollo de esa campaña en lo que tenía que ver con la cantidad de acciones y de intervenciones con las personas que visitaran el estand. No lo tuvo y estuvo bastante por debajo de esas expectativas.

Sí estuvieron allí, en estas dos acciones directas que yo describí sus características, Reta, Iroldi, Serrana Díaz y Natalia Andreoni; participaron en las dos: tanto en la campaña Uruguay en Colores como en lo que fue el desarrollo de la estrategia del estand de la Rural del Prado que el Ministerio llevó adelante para intentar atraer la mayor cantidad de visitas. Repito: era un escenario de muchísimas dificultades y mucho miedo; la gente ni siquiera se acercaba físicamente a más de un metro de distancia uno de otro; uso de tapabocas y alcohol en gel todo el tiempo. Casi que ni siquiera el choque de puño existía. En gran medida la gente se saludaba de lejos por miedo a lo que era la línea de contagio del virus. Y yo creo que a eso también obedeció el desarrollo y el desenlace, fundamentalmente, del bajo resultado de la campaña en la Rural del Prado. No así Uruguay en Colores, que tuvo amplia repercusión en radio y televisión. A nuestro juicio, por la crítica que recibíamos, no fue del todo comprendida o sentida como que estaba anexada a lo que era el desarrollo de una campaña de estas características por parte del sector turístico.

La pregunta 22 dice: "Usted contrató como adscripta a la escribana Virginia González Rivero? En caso afirmativo ¿qué funciones cumplía en el Ministerio de Turismo? ¿De dónde la conocía o quién le recomendó su nombre para la contratación?"

Contraté a la escribana Virginia González Rivero y al doctor Álvaro Paolino, por quien no se pregunta aquí; a los dos. El doctor Álvaro Paolino tiene *expertis* en derecho administrativo y trabajaba con nosotros en todo lo que tenía que ver con los temas de consultas jurídicas del Ministerio, del funcionamiento, de funcionarios, de acciones, de traslados y de asesoramiento en lo que era la firma de contratos.

Recuerdo, a modo de ejemplo, que nosotros fuimos dilatando la fuerte presión que había tanto de Air Europa como de Iberia -éramos el único país de toda América Latina que seguíamos volando- por renovar un convenio que venía de la Administración anterior. Un convenio del orden de los trescientos mil dólares y de más de doscientos y pico en la otra. Dentro de ese convenio estaba la utilización de pasajes a favor; formaba parte del dinero que el Ministerio le había pago en la Administración anterior a estas compañías. Entonces, más allá de que existía la conectividad, nosotros peleábamos -y lo logramos- porque nos extendieran el plazo porque tenía expiración la utilización de una cantidad muy importante de pasajes que el Ministerio tenía a favor; más de sesenta teníamos con cada compañía al momento de asumir. Lógicamente, como cualquier privado que quiere hacer su mejor negocio, en una situación crítica en el mundo de la aeronáutica y de las empresas aéreas, querían poner caducidad a la utilización de esos pasajes y si no los usábamos, que los perdiéramos y que en una nueva contratación, en un nuevo *sponsoreo* tuviéramos la posibilidad de contratar. Eso lo fuimos dilatando y evitando, pero esto implicaba la ida y venida de contratos, acuerdos. Allí tuvo participación el doctor Paolino y consultamos más de una vez a la escribana Virginia González.

A Virginia González la conozco desde que nació; cumple el mismo día que yo, pero es menor. Debe ser unos cinco o seis años menor. Tengo conocimiento de su familia de toda la vida; su madre fue la jefa de la oficina electoral del departamento de Maldonado durante años. A su vez, su abuelo, el padre de su madre, fue un destacado médico del departamento de Maldonado y diputado por el Partido Nacional, el doctor Elbio Rivero. Tengo conocimiento desde que nació de toda su familia; la conozco en la vida profesional. Incluso, le he hecho consultas en más de una oportunidad; es una muy buena funcionaria.

Como dijimos públicamente en más de una oportunidad -no se pudo concretar por el covid; ojalá lo pueda concretar la Administración actuante en este momento-, nosotros queríamos apuntar a la descentralización. El Ministerio de Turismo es un ministerio chico,

que tiene pocos funcionarios. Como aquí se ha dicho -tanto de parte nuestra como de parte de las autoridades anteriores-, funciona en una concepción absolutamente capitalina. O sea que cualquier operador turístico para hacer un trámite de habilitación, de aval, de registro en el Ministerio -inmobiliario, gastronómico, transporte turístico, hotelería o el que sea- tiene que venir al Ministerio de Turismo a Montevideo. Nosotros aspirábamos a crear oficinas regionales que fueran descentralizadoras de la actividad y a que el operador turístico, no solo de Maldonado -que son miles por la trascendencia, el peso y el impacto que este departamento tiene-, sino también de Rocha, Treinta y Tres y de Lavalleja, no tuviera que venir a las oficinas del Ministerio de Montevideo. Muchas veces a la gente del interior eso le genera mayores dificultades. La idea es que pudieran hacerlo en las oficinas regionales. Como esto implica la revisación de contratos, la generación de trámites administrativos, la escribana Virginia González siempre estaba en contacto con el director del área de registros que nosotros nombramos, el escribano Bécker, para que una vez que pudiéramos dar paso a la apertura… Recién los funcionarios del Ministerio comenzaron a retornar la semana que nosotros renunciamos. Ahí la actividad administrativa empezó a acercarse lo más posible; incluso, no era normal. La primera decisión que tomamos fue que quince días después se reintegrara el 50% de los funcionarios. Hoy desconozco si se han reintegrado el 100% de los funcionarios. Seguramente sí. En ese momento la tarea que teníamos asignada estrictamente para la escribana González Rivero era que fuese la jefa, la coordinadora de la oficina regional este, que está en el Paseo Ancap de Punta del Este, para que allí funcionara, porque teníamos el espacio físico suficiente. Son dos las oficinas que la Intendencia le cede al Ministerio para que en una de esas oficinas funcionase una unidad de servicio descentralizado de la dirección de registro de operadores turísticos del Ministerio.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias diputado Cardoso. Había cuatro preguntas que no estaban entre las escritas.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No; dos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Dos del diputado Albernaz, pero cuatro que había formulado el diputado Olmos.

Yo tomé nota, pero, quizá, sea mejor que el diputado Olmos las reitere así no caemos en algún error u omisión.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Agradezco al diputado Cardoso las respuestas que nos ha dado.

La primera de las no impresas -digamos- era la referida al plan estratégico y a las tres "R" que tenía como guía. Lo han mencionado varios de quienes fueron invitados a la Comisión. Quiero saber si ese documento está disponible y si existe y sus características.

La segunda es si conoce los montos de publicidad interna -es decir, en el país- entre 2010 y 2019 -los promedios anuales- en vía pública, radio, televisión y prensa escrita.

La siguiente es lo mismo, pero sobre la publicidad digital interna.

La última es sobre el funcionario de *marketing*, si hubo reubicaciones ya sea desde *marketing* hacia otras áreas o desde otras áreas hacia *marketing*, cuántas y cuáles fueron los motivos.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Empiezo por la última. Sobre cambios y traslados de los funcionarios de *marketing*, sí hubo. Hubo, pero siempre respetando lo que es la preparación académica de los funcionarios. Quien estaba a cargo de la División de Marketing, que es la licenciada Serrana Díaz, renunció con tres meses de anterioridad a que nosotros decidiéramos que pasara a prestar funciones en el área

Comunicaciones del Ministerio, lo cual tiene una estrechísima vinculación con la titulación universitaria que ella tiene porque, justamente, los licenciados en *marketing* son licenciados en *marketing* y comunicación. Ese fue uno de los cambios.

Otro cambio que no llegó a darse es el de la otra funcionaria para el área de Marketing, pero al 21 de agosto no había llegado a ejecutarse.

Sobre el plan estratégico de las tres "R", sí se aplicó. Nosotros llegamos al Ministerio de Turismo con un plan que no tuvo absolutamente nada que ver con lo que nos tocó transitar. Llegamos con un plan de hacer una muy fuerte apuesta en materia de turismo. Nuestra planificación era tener la mayor conectividad posible con el mundo porque somos por definición… Cuando nosotros analizamos la cuenta de cantidad de turistas nos encontramos con que el 72% de los visitantes o de turistas que llegan al país son extranjeros, lo cual nos define como un país, esencialmente, de turismo receptivo, y que el 28% forma parte de la cuenta de turismo interno. Allí nosotros veníamos con la definición de estimular muchísimo la conectividad aérea, extra regional, pero también de la región. ¿Cómo y por qué?, ya que el diputado Olmos preguntaba por problemas estratégicos. Estamos a la misma distancia territorial de la provincia de Buenos Aires que del estado de Río Grande Do Sul, con una característica distinta: es más densamente poblado el estado de Río Grande Do Sul que la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, cuando nosotros hacemos el análisis de la cantidad de turistas, notamos que de cada cinco argentinos, viene un brasilero. Evidentemente algo no estábamos haciendo bien; había que corregirlo o innovar. Ahí había una definición bien determinada de avanzar muchísimo con la promoción, hermanamiento de ciudades y presencia en Brasil, pero fundamentalmente en Río Grande do Sul. Por tanto, tomamos contacto con la agencia Azul que es, en honor a la verdad, mérito de nuestra Administración. Como ustedes habrán visto, hace unas semanas comenzó a volar. Siempre tuvimos el contacto con las jerarquías de la compañía Azul que, por diferentes razones, había estado a punto de volar en Uruguay en el período de gobierno anterior y diferentes dificultades que -según lo que pudimos atender y entender- eran puestas por la Dinacia. Tenían dispuestas seis naves para operar en Uruguay, pero se demoraron tanto y tanto en los permisos que un día dijeron: "Nos vamos"; se fueron y no tenían previsto volver a operar desde aquí

Esto nos daba la oportunidad de captar turismo, fundamentalmente, con lo que es Sao Paulo hacia arriba, el nordeste brasileño, que Uruguay no tiene ninguna posibilidad de captación. Justamente, a los brasileños poderosos y adinerados del nordeste les queda mucho más cerca, mucho más rápido, mucho más ágil ir a Europa, a Estados Unidos o al Caribe en vuelo directo que venir a Uruguay porque lo tenían que hacer a través de escala en Sao Paulo y, muchas veces, tenían un vuelo de dos, tres o cuatro horas a Sao Paulo con demoras de hasta ocho horas de conectividad para después venir a Montevideo y poder viajar a Punta del Este o a la costa. Es decir, se les hacía eterno porque no teníamos conectividad directa. Entonces, fue ahí que conjuntamente con las autoridades del aeropuerto -el gerente general Diego Arrosa, que nos facilitó mucho-, tomamos contacto con la aerolínea Azul con el objetivo de trasmitirles que había cambiado el gobierno, que estábamos a las órdenes para tratar de agilizar todo lo que fuese pertinente con la Dinacia -y así nos comunicamos con esta- para que la compañía Azul valorara la posibilidad de volver a volar al Uruguay. Felizmente, así se dio. Hace algunas semanas ha comenzado a volar Azul. En Maldonado y Punta del Este el primer vuelo chárter del Hotel Enjoy no fue de Gol como siempre, sino que fue de la compañía Azul y tenemos la certeza -según lo que pudimos conversar con las autoridades actuales del Ministerio de Turismo- de que la compañía tiene la determinación de ampliar las rutas e ir hacia esos mercados que señalamos como muy importantes e interesantes.

Por otro lado, tratar de captar por vía terrestre la mayor cantidad de flujo de pasajeros posibles de Río Grande do Sul. Todo eso el covid nos lo prohibió; nos inhibió de poder desarrollar este tipo de estrategias y tuvimos que reconvertirnos a lo que eran las consideraciones y conclusiones de la Organización Mundial del Turismo. Era una pandemia a nivel mundial y lo que le pasaba a Uruguay, incluso, era atenuado al lado de lo que pasaba en otros lugares del mundo que estuvieron en cierre absoluto durante seis meses, donde no se podía salir a la calle y había toque de queda. Allí fue que se toma el plan estratégico de las tres erres. Creo que cuando vino el técnico Iroldi quedó en enviárselo a la Comisión, si mal no recuerdo; le preguntaron y quedó en enviarlo. Era un plan estratégico que está en el Ministerio y que nos basamos en el mismo para llevar adelante las diferentes estrategias frente a la pandemia y a las etapas de recuperación.

Le voy a contestar al diputado Albernaz…

SEÑOR PRESIDENTE.- Hay dos preguntas, montos ejecutados en publicidad…

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Sí, los montos ejecutados en publicidad son muy parecidos o idénticos a los ejecutados por las Administraciones anteriores.

En lo que tiene que ver con publicidad digital, por ejemplo, en el año 2019 se gastaron US$ 900.000; bastante más de lo que gastamos nosotros. Solamente una empresa, Xaxis, que llamativamente fue cambiada a sugerencia -en nuestro expediente- del director Nacional por Mediamax, esa empresa Xaxis solamente en el 2019 se llevó US$ 500.000 de la contratación de la publicidad digital.

Respecto a los montos en vía pública, fueron parecidos, de pronto no tienen que ser idénticos, pero lógicamente respondían a realidades distintas. En campañas anteriores, seguramente, no se tenía la presencia que se tuvo en diecinueve departamentos del país porque el peso del turismo interno era del 28 % frente al 72 % del turismo externo y pasamos a tener un único público cautivo a seducir: el turismo interno. Allí tuvo un impacto importante de la vía pública en presencia en los diecinueve departamentos del país que creo que está plenamente justificada. De hecho, dio su resultado porque de ese 28 % que nosotros veníamos hablando, que en etapas de normalidad formaba parte de la cuenta del turismo del 72 % de externos, logramos promedialmente, en el mes de enero la ocupación del 51 % de toda la hotelería, hostel y camping habilitados que existían como niveles de ocupación. Esto significa que las medidas de estímulo que tomamos y que le facilitaron en mejor manera y en mayor cantidad a los uruguayos poder hacer turismo, dieron su resultado. La temporada no fue buena ni mucho menos; fue desastrosa para los intereses de la actividad, pero creo que podría haber sido calamitosa para los operadores si no hubiésemos tomado el montón de medidas de sostenimiento que fueron desde la extensión continua y permanente de los seguros de paro en el sector en la medida en que fueran necesarios; descuentos en el Banco de Previsión Social de $ 8.000 por comerciante que sacara un empleado del seguro de paro o que tomara un trabajador nuevo; los descuentos que logramos que se aplicaran en materia de IVA cero a la hotelería; el 9 % de descuento de IVA en el alquiler de autos, en la gastronomía y todas medidas que fuimos tomando en conjunto como planes estratégicos de desarrollo de sostenimiento de la actividad. Todos sabíamos que no íbamos a tener una temporada brillante ni mucho menos, sino que el objetivo era tratar de sostener la mayor cantidad de operadores y de trabajadores vinculados al sector en actividad.

En cuanto a si durante mi gestión se cometió algún delito: no, por supuesto que no. Estoy absolutamente convencido y tengo la total convicción y tranquilidad de no haberlo cometido; en ninguno de los expedientes que hemos analizado ha habido dolo, en ninguno de ellos, por lo cual, no existe delito.

La siguiente pregunta dice: "¿Cuáles serían las diferencias entre las anteriores administraciones y la nuestra en las contrataciones directas?"

Hay una diferencia; a ver: el mecanismo es el mismo: lo ampara el artículo 33 del Tocaf donde describe cuáles son las características de las situaciones que encuadran dentro de ese decreto para recurrir al procedimiento de compra directa. O sea, la justificación jurídica es la misma. Ahora, obviamente, hay una diferencia importante. Nosotros estamos en pandemia, en emergencia sanitaria y no teníamos la previsibilidad de poder planificar un plan de desarrollo de turismo anualizado, como sería lo ideal, tomando como referencia las diferentes temporadas: la alta de sol y playa; carnaval específicamente en todo el territorio nacional; semana de turismo o semana santa -como quiera llamársele de acuerdo a las creencias filosóficas o religiosas- ; vacaciones de julio; vacaciones de setiembre y los feriados largos que también forman parte de otra estrategia, las escapadas de fin de semana largo, como así se le llamaban. Toda esa planificación no la podíamos tener con el debido tiempo de anticipación que, seguramente, lo tenían las Administraciones anteriores porque estaban funcionando con absoluta normalidad, incluso, recibiendo un flujo muy importante de turistas, de extranjero, de personas visitantes de fuera del Uruguay como también de uruguayos. Me refiero a uruguayos que viven por el mundo. No olvidemos que cuando aparece la cepa de Manaos, que era altamente contagiosa, el Poder Ejecutivo toma la decisión de tener un verano de fronteras cerradas. Eso impidió que los uruguayos que estaban fuera pudieran venir desde esas latitudes, donde estaban circulando fundamentalmente estas cepas, en los meses de diciembre y enero. En esas fechas viene un flujo muy importante, miles de uruguayos que vienen a pasar las fiestas navideñas y de fin de año con sus familiares y que no lo pudieron hacer. Ahí también tuvimos no solo una pérdida de visitantes extranjeros importantes, sino de visitantes uruguayos que no viven en el país, pero que vienen a ver a su familia, que por lo general tienen el hábito de recorrer el país con ellos, que contratan hotelería, que alquilan autos, consumen servicios afectados al rubro del turismo, y esta vez no lo pudieron hacer. Esa fue una diferencia importante en lo que era la planificación de una Administración con la otra.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, diputado Cardoso. Antes de proponer pasar a intermedio, estábamos revisando la versión taquigráfica y consultando a la secretaría. Efectivamente, cuando compareció el señor Iroldi, el día 28 de octubre, haciendo referencia a la planificación estratégica del Ministerio, en las fojas 33 y 34 hace referencia al plan, y al comienzo de la 34 dice: "Acá tengo documentos de la OMT que se los puedo hacer llegar a la Secretaría para compartirlos con ustedes. Son documentos técnicos de consulta, de asesoramiento a los países".

La secretaría nos informa que estos documentos no llegaron. Por lo tanto, le vamos a solicitar se tenga a bien comunicarse con el señor Iroldi a efectos de que se nos faciliten estos documentos por intermedio del correo electrónico.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Hay una secuencia de correos que el señor Iroldi dijo que habían sido publicados en forma incompleta y ofreció enviarlos a la Comisión, pero tampoco han llegado. Por tanto, si vamos a reclamar, sería bueno incluir ese tema.

Muchas gracias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muy bien, se agrega y se encomienda a la secretaría se hagan las gestiones para obtener esa información.

Proponemos que la Comisión pase a intermedio hasta la hora 14 para concurrir a la Asamblea General.

(Se vota)

——Cinco por la afirmativa: AFIRMATIVA. Unanimidad.

De acuerdo con lo resuelto, pasamos a intermedio.

(Es la hora 13 y 22)

——Continúa la reunión.

Damos inicio a la segunda ronda de preguntas y, a esos efectos, en primer lugar le damos la palabra al señor diputado Nicolás Viera.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Iniciando esta segunda ronda de preguntas, como hemos hecho durante todo el trabajo de la Comisión desde la representación del Frente Amplio, ahora tenemos preguntas específicas que sumamos a las ya realizadas por el diputado Olmos y contestadas por el diputado Cardoso.

Preguntas específicas, en este caso, sobre compra de publicidad digital a Kirma: «1) ¿Cuáles son las razones por las que se optó por realizar una compra directa a una empresa en Estonia? ¿Se evaluaron alternativas por parte de proveedores nacionales? En caso afirmativo, ¿cuáles y por qué se descartaron?

2) ¿Conoce cómo llegó la propuesta de publicidad digital de la empresa Kirma al Ministerio? ¿Supo de su origen en el momento de la contratación?

3) ¿Cuáles son los antecedentes de la empresa Kirma en los servicios ofrecidos al Ministerio y qué justificaron su contratación?

4) En su edición del 9 de setiembre, el semanario *Búsqueda* informa que: "Germán Cardoso declaró a *Búsqueda* que la empresa tiene su dirección fiscal en la capital de Estonia pero está en Montevideo"».

(Interrupción del señor representante Cardoso)

——Podrá acotar el señor diputado Cardoso cuando vaya a contestar la pregunta. «¿Hizo usted esa afirmación? En caso afirmativo, ¿de dónde obtuvo esa información?

5) El diario *El País*, en su edición del 19 de setiembre pasado, en un artículo titulado "Cardoso dio la 'orden' de contratar a la empresa Kirma, según mails internos", transcribe una serie de intercambios por mail entre el señor Oscar Iroldi y funcionarias del Ministerio. En esos correos, el entonces Coordinador Técnico afirma: "La orden de estas contrataciones es del ministro Cardoso, a través de su adjunto Dr. (Daniel) Reta". ¿Podría confirmarnos si esto es correcto y en caso afirmativo, las razones por las que dio esas instrucciones?

6) ¿Usted sabía que la intención del señor Elbio Rodríguez, en tanto realizó trabajos de asesoramientos en el Mintur, era generar a futuro un "negocio lucrativo" que lo beneficiara mediante la vinculación de la empresa Kirma con la agencia de Publicidad Young & Rubicam?

7) Usted firmó la resolución para contratar a las empresas Cisneros Interactive, Kirma Services y Digital Media Technology el día 29 de diciembre de 2020 según consta en el expediente 2021- 9- 1- 0000735. ¿Por qué razón el Sr. Elbio Rodríguez le confirmó a la empresa Kirma Services el día 28 de diciembre (un día antes de la firma de la resolución) que el Ministerio iba a contratar sus servicios?».

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, señor diputado.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Teniendo en cuenta que tenemos divididos por temas las preguntas, recién hice las de Kirma y las contrataciones en el expediente 2067, si mal no recuerdo, y ahora pasaríamos a otras preguntas concretas también sobre otros temas, en la medida en que también el señor diputado Cardoso pueda acceder a la copia de las preguntas.

SEÑOR PRESIDENTE.- Le pido un segundo, señor diputado, a efectos de dejar plasmado en la versión taquigráfica algo de lo que estábamos charlando hace unos segundos fuera de versión.

El propósito de este presidente, y si la Comisión así lo comparte, llevar adelante en las horas que siguen, nosotros debemos cortar unos minutos antes de la hora 16 a los efectos de comparecer al plenario de la Cámara. Si hasta ese momento no fueron respondidas todas las preguntas, pasaremos a un nuevo intermedio, concurriremos al plenario y resolveremos si, en función de la extensión del plenario, que por lo que tenemos entendido -en virtud de lo que nos fue informado por el coordinador del Partido Nacional-, va a ser breve, termina el plenario y retornamos a sesionar a la Comisión. Si, eventualmente, el plenario se extendiese más de lo que está previsto, teniendo en cuenta que durante la media hora previa no se puede habilitar el funcionamiento de esta Comisión, lo haríamos inmediatamente terminada la media hora previa, solicitando autorización para continuar la reunión. Por lo tanto, en la jornada de hoy, si es así que toda la Comisión lo entiende -por lo menos es la voluntad de este presidente-, culminaríamos con la comparecencia del señor diputado Cardoso.

Hecha esta aclaración, tiene la palabra el señor diputado Viera.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Le agradezco la aclaración, señor presidente, y es voluntad del Frente Amplio, en la misma dirección que usted lo ha expresado, terminar en la jornada de hoy.

Por tanto, continúo entonces, con las preguntas sobre los temas específicos. En este caso, sobre la compra de publicidad en vía pública a través de la empresa Netcom: "1) ¿Cuál era la campaña en la que se iba a contratar en forma directa a Netcom por US$ 800.000 y que de acuerdo a declaraciones del entonces director nacional de Turismo no fue ingresada por su oposición a iniciar el expediente?".

Esa es la pregunta sobre ese tema puntual. "Acerca del expediente 2021- 9- 1- 0000735 para contratación de espacio publicitario en vía pública.

1) Del expediente surge una recomendación de 3 adjudicaciones a JC Decaux, por $ 2.277.460, $ 727.652 y $ 1.293.564, en todos los casos impuestos incluidos, que cuentan con informe favorable de la agencia. También hay una recomendación de adjudicación de $ 24.384.053 impuestos incluidos a Satenil S.A (Netcom), pero en los informes de la agencia recomiendan 'evaluar la propuesta para su consideración en caso que se entienda que está alineada a la estrategia vigente del Ministerio'".

Aquí preguntamos: "a. ¿Cuál fue la evaluación que se hizo para proponer esta contratación a Netcom y dentro de qué estrategia estuvo enmarcada? ¿Qué período y territorios cubrió?

b. Del expediente no surge que haya existido resolución del ministro, intervención del Tribunal de Cuentas, informe del Ministerio de Economía y Finanzas ni reserva presupuestal en SIIF.

c. ¿Sabe usted si esos requerimientos fueron cumplidos? En caso afirmativo, ¿sabe usted por qué no figuran en el expediente? En caso negativo, sabe usted las razones y quién dispuso que no se siguieran esas etapas en el proceso de compra?".

Y la segunda pregunta de este tema específico: "2. En su comparecencia ante esta Comisión Investigadora, el doctor Daniel Reta manifestó que Netcom brindó los servicios ofrecidos en este expediente pero que no los cobró. ¿Tiene información sobre si efectivamente el servicio fue provisto por la empresa? ¿Conoce los motivos por los que el Ministerio no pagó por servicios ejecutados?".

Continuamos sobre los temas específicos, en este caso sobre la cena en el piso 40 que también llegó a la Comisión.

"El 3 de marzo Daniel Reta, en esa fecha asesor del ministro, inició un trámite interno para pagar una cena en el piso 40 por casi $ 50.000. Según trascendió, el gasto respondió a una comida con una delegación del gobierno de Brasil y con el secretario General de la Organización Mundial de Turismo.

Usted declaró que desde el restorán 'demoraron en mandar la factura al Ministerio' y luego añadió que 'hubo que mandarla de nuevo'.

El señor Reta declaró a *Búsqueda* que la factura había quedado traspapelada en su billetera y que cuando la encontró la presentó.

¿Podría explicarnos cómo fue el proceso de esa cena y su facturación?".

Ahora otro tema relativo al hotel Serena.

"1) ¿Cuando asumió como Ministro estaba al tanto de la situación del hotel Serena?

2) ¿Usted sabía que la empresa Galiza S.A que intentó adquirir las acciones de la empresa que manejaba el hotel Serena, tenía como principal accionista al doctor Daniel Reta?

3) ¿Usted sabía que la señora Sara Tavares es quien sustituyó al doctor Reta al frente de Galiza S.A?

4) Semanas atrás el señor Bonanata, en declaraciones aparecidas en el semanario *Búsqueda*, manifestó ser el actual propietario del negocio que funciona en el hotel Serena y que está haciendo reformas en ese edificio ¿Le consta que esta sea la situación?

5) ¿Tiene información sobre si el señor Bonanata intentó contactarse con el Ministerio de Turismo para comunicar los cambios y la intención de hacer reformas en el hotel Serena y que el Ministerio no le habría contestado?".

El último tema específico tiene que ver con el programa "Uruguay a toda Costa".

"A) ¿Usted sabe en qué consiste el Programa Uruguay a Toda Costa? ¿Conoce la forma de financiación?

B) ¿Cómo se desarrolló el programa durante su gestión al frente del Ministerio? ¿Durante cuánto tiempo se desarrolló?

C) ¿Usted conoce al licenciado Mauricio Taborda? ¿Qué rol cumplió en el programa? ¿Durante qué tiempo?

D) ¿Usted conoce al señor Wiston Guerra? ¿Qué vinculación mantiene con usted? ¿Qué rol cumplió en el programa el señor Guerra? ¿Durante qué tiempo?

E) ¿Usted conoce al señor Wilfredo 'Fefo' Ruiz? ¿Qué vinculación tiene con él? ¿Por qué razón decidió contratar sus servicios por un monto de $ 4.180.000 más IVA?".

Estas son las preguntas, señor presidente.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, diputado Viera.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——A los efectos de hacer una corrección para la versión taquigráfica, en la pregunta 7 cuando dice al expediente 2021- 9- 1... ¡Exactamente! Justamente estaba chequeando eso: es el expediente 0002067.

Tiene la palabra el señor diputado Germán Cardoso.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Comienzo por Kirma, entonces.

(Diálogos.- Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

(Ingresa a sala el señor representante Eduardo Antonini)

——La primera pregunta establece: "¿Cuáles son las razones por las qué se optó por realizar una compra directa a una empresa en Estonia? ¿Se evaluaron alternativas por parte de proveedores nacionales? En caso afirmativo, ¿cuáles y por qué se descartaron?".

Lo primero que quiero decir es que el ministro de Turismo no… Yo no evaluaba las propuestas que llegaban al Ministerio. Ya lo dije hoy en mi primera intervención. Todas las propuestas que llegaban al Ministerio en lo que tenían que ver con contratación de publicidad o *marketing* eran derivadas a la agencia.

Lo que sí me consta es que tanto en nuestra administración como en administraciones anteriores hubo contrataciones digitales de empresas del extranjero. En el gobierno anterior hubo contrataciones hasta con Hong Kong, Islas Baleares, Brasil, de varios domicilios fiscales en el exterior, lo cual es normal. ¡A ver! Esta no es ninguna acusación velada.

Hoy, el desarrollo y la revolución tecnológica que estamos viviendo permite que las empresas digitales tengan sus domicilios fiscales en cualquier parte del mundo, pero les permite, por inteligencia artificial, operar en cualquier otro territorio. De hecho eso se compra, se segmenta y cualquier empresa del extranjero puede operar dentro del territorio uruguayo captando público, segmentándolo a través de la telefonía celular a los lugares adonde va, en los que se mueve, etcétera.

No fui yo quien seleccionó a la empresa Kirma.

¿Por qué una empresa de Estonia? Bueno, presumo que porque Estonia es el país más digitalizado de toda la Unión Europea. Basta con investigar un poquito en internet donde se lo define como el tigre de los Balcanes en materia de publicidad digital. Es el país -lejos- líder de toda la Unión Europea en materia digital y seguramente por eso la agencia habrá seleccionado a esta empresa.

Sé que hubo más de una. Se desprende ahora del estudio del expediente que hubo más de una empresa y que en el mismo proceso se cambió alguna otra en conversación y coordinación entre el Director Nacional de Turismo y la agencia.

"2) ¿Conoce cómo llegó la propuesta de publicidad digital de la empresa Kirma al Ministerio? ¿Supo de su origen en el momento de la contratación?".

Me enteré cuando declaró el señor Elbio Rodríguez aquí en la Comisión cómo había sido. En su momento lo que yo tenía era un informe de la agencia. Eso era lo que venía. Incluso la agencia manda un expediente que dice que según lo acordado con Pérez Banchero -a las claras habla de que hubo una reunión de coordinación; se desprende claramente del texto- cambia Xaxis por Mediamath y envía la propuesta de Cisneros-Facebook, Kirma y Mediamath, que sean las tres finales y envía un cuadro en el que sugiere los montos por los cuales son contratados. Todo eso viene de la agencia. Nosotros lo que sí hicimos…

"3) ¿Cuáles son los antecedentes de la empresa Kirma en los servicios ofrecidos al Ministerio que justificaron su contratación?".

La justificación de la contratación la envía la agencia, los antecedentes no lo sé. El señor Liberoff en su comparecencia dijo que había tenido en su momento contacto con la empresa Kirma. Yo eso lo desconozco pero, aparentemente, como que habría ofrecido los servicios anteriormente y algún contacto habría habido, más allá de que hayan contratado los servicios o no.

"En su edición del 9 de setiembre, el semanario *Búsqueda* informa que 'Germán Cardoso declaró a *Búsqueda* que la empresa tiene su dirección fiscal en la capital de Estonia pero está en Montevideo'". A eso agregaría: "según me dicen", y ahora explico por qué.

"¿Hizo usted esa afirmación? En caso afirmativo, ¿de dónde obtuvo esa información?".

No tenía conocimiento exactamente de los nombres de las empresas. Me entero de los nombres de las empresas el día que firmo una resolución; tampoco sabía de la empresa Mediamath o Cisneros, ni conozco quiénes son sus dueños. Sí sabía que, intentando asesorarse, el director nacional de Turismo había tenido, por el tema de la publicidad digital -me lo había manifestado en su momento-, una reunión en el World Trade Center. Entonces, en el momento en que el periodista del semanario *Búsqueda* me pregunta, yo no tenía ningún elemento en la mano del expediente e interpreté que era una empresa que había contratado por la que había ido el director nacional de Turismo al World Trade Center. Por eso contesté lo que contesté, pensando que se trataba de esa empresa digital.

"El diario *El País,* en su edición del 19 de setiembre pasado, en un artículo titulado 'Cardoso dio la orden de contratar a la empresa Kirma, según *mails* internos', transcribe una serie de intercambios por *mail* entre el Sr. Oscar Iroldi y funcionarios del Ministerio.

En esos correos, el entonces Coordinador Técnico afirma 'La orden de estas contrataciones es del ministro Cardoso a través de su adjunto Dr. (Daniel) Reta'.

¿Podría confirmarnos si esto es correcto y, en caso afirmativo, las razones por las que dio esas instrucciones?"

Nunca di una instrucción ni para contratar a Kirma, ni para contratar a Cisneros, ni para contratar a Mediamath, ni para contratar a Xaxis; a ninguna. No puede haber ningún *mail* mío, porque no lo mandé ordenando o pidiendo rever alguna adjudicación en ese sentido. No lo hice.

"¿Usted sabía que la intención del señor Elbio Rodríguez, en tanto realizó trabajos de asesoramientos en el Mintur, era generar a futuro un 'negocio lucrativo' que lo beneficiara mediante la vinculación de la empresa Kirma con la Agencia de Publicidad Young & Rubicam?". No; no lo sabía. Reitero que Elbio Rodríguez no era mi asesor. Sí se reunió en algunas oportunidades con el director nacional de Turismo y hablaron del tema de publicidad digital. No era mi asesor personal. No sabía su intención de que siguiera adelante a futuro. Es un tema entre privados; no me corresponde opinar. Es como que en la tarde de ayer hubiese querido investigar el contrato entre la Federación Uruguaya de Basketball y la UGAB; son contratos entre privados. Si bien en su momento la Federación Uruguaya de Basketball tuvo contacto con el Ministerio de Turismo y Deporte y la UGAB, los acuerdos, las transacciones y negocios que hagan entre ellos es un tema de privados y me parece que no merece ser objeto de investigación de esta Comisión.

"Usted firmó la resolución para contratar a las empresas Cisneros Interactive, Kirma Services y Digital Media Technology el día 29 de diciembre de 2020 según consta en el expediente 2021- 9- 1- 0000735. ¿Por qué razón el señor Elbio Rodríguez le confirmó a la

empresa Kirma Services el día 28 de diciembre (un día antes de la firma de la resolución) que el Ministerio iba a contratar sus servicios?". A mí no me consta que el señor Elbio Rodríguez le haya notificado a la empresa Kirma. Todos los trámites en el Ministerio llevan un recorrido; no se inician y se firman en el mismo día. Tienen un ingreso por Mesa de Entrada, después van a determinada área -pueden ir a Planeamiento o a Marketing- y de allí van a Acuerdos y Resoluciones para la firma del señor ministro. Sí -esto es bueno y sano que se sepa porque es de honestidad- habíamos sido advertidos por la agencia de que el 31 de diciembre entrábamos en apagón digital, o sea que los saldos que teníamos, que se venían consumiendo, tanto de radio como de televisión, de la Administración anterior en materia digital, finalizaban el 31 de diciembre, y por eso fue la necesidad de contratar a finales de diciembre para no caer en ese vacío que, obviamente, no iba a hacer otra cosa que perjudicar más aún el golpeado sector turístico, y los operadores que estaban activos en el ofrecimiento de servicios.

Sobre compras de publicidad en vía pública a Netcom, se pregunta: "¿Cuál era la campaña en la que se iba a contratar en forma directa a Netcom por US$ 800.000 y que de acuerdo a declaraciones del entonces director nacional de Turismo no fue ingresada por su oposición a iniciar el expediente?" No; no es así. No es correcta la versión por la cual está planteada la pregunta. El expediente ingresó, no es que no ingresó porque se opuso el director nacional. El expediente ingresó, el director nacional lo conversó conmigo y, de acuerdo a la opinión de una funcionaria de Marketing, en el sentido de que no debíamos comprar una campaña anual, sino ir avanzando de campaña en campaña, de acuerdo a la adaptación y modificaciones de la pandemia, además de las reconversiones que veníamos haciendo en base a todo lo que expliqué en mi primera intervención en el día de hoy, decidí no seguir adelante con esta contratación, y se archivó. El director nacional, de común acuerdo conmigo, la mandó a archivo.

Acerca del expediente 2021- 9- 1- 0000735, para contratación de espacio publicitario en vía pública: "Del expediente surge una recomendación de tres adjudicaciones a JC Decaux […].

También hay una recomendación de adjudicación de $ 24.384.053 impuestos incluidos a Satenil S.A. (Netcom), pero en los informes de la agencia recomiendan 'evaluar la propuesta para su consideración […]". La agencia siempre estuvo de acuerdo, porque con esta decisión que estábamos tomando teníamos la cobertura asegurada en los diecinueve departamentos del país. Y pasaba a ser intención del ministerio, cautivar hasta el último de los orientales parado en cualquier esquina; es decir, no había un criterio de selección, como pudo haber habido en campañas anteriores, en el sentido de que interesase solamente el cartel, por ejemplo -no sé si hay cartel-, de la Rambla y 21 de Setiembre por sobre uno que puede haber en Batlle y Ordóñez y avenida Italia. Ahí podría haber, como explicó Liberoff, un criterio de optimización de recursos y, como se disponía para gastar en los diferentes públicos, está bien que se segmente. Acá el segmento era único y exclusivo el turismo interno, por lo cual la principal determinación del Ministerio era tener presencia en todo el país en la mayor cantidad de espacios posibles.

"¿Cuál fue la evaluación que se hizo para proponer esta contratación a Netcom y dentro de qué estrategia estuvo enmarcada?" Lo acabo de explicar. "¿Qué período y territorios cubrió?". Lo acabo de explicar.

"Del expediente no surge que haya existido resolución del Ministro, intervención del Tribunal de Cuentas, informe del Ministerio de Economía y Finanzas ni reserva presupuestal en SIIF.

¿Sabe usted si esos requerimientos fueron cumplidos? En caso afirmativo, ¿sabe usted por qué no figuran en el expediente? En caso negativo, ¿sabe usted las razones y quién dispuso que no se siguieran esas etapas en el proceso de compra?". No entiendo de qué expediente está hablando. ¿De los US$ 800.000?

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- No; de los 135.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Reitero: "Del expediente no surge que haya existido resolución del Ministro, intervención del Tribunal de Cuentas, informe del Ministerio de Economía y Finanzas ni reserva presupuestal en SIIF.

¿Sabe usted si esos requerimientos fueron cumplidos? En caso afirmativo, ¿sabe usted por qué no figuran en el expediente? En caso negativo, ¿sabe usted las razones y quién dispuso que no se siguieran esas etapas en el proceso de compra?". No lo sé; a mí nunca me llegó ni lo firmé. El ministro toma conocimiento cuando los expedientes vienen de Acuerdos y Resoluciones. Yo no firmé la orden de compra de esto.

"En su comparecencia ante esta Comisión Investigadora, el doctor Daniel Reta manifestó que Netcom brindó los servicios ofrecidos en este expediente pero que no los cobró. ¿Tiene información sobre si efectivamente el servicio fue provisto por la empresa? ¿Conoce los motivos por los que el Ministerio no pagó por servicios ejecutados?". No lo sé porque a mí no me llegó y, si no me llegó, no firmé la orden de contratación; obviamente, si el ministro no ordenó contratar, no se cobra, porque es un expediente inconcluso que no finalizó con el ciclo que tienen que recorrer todos los expedientes hasta llegar al ordenador del gasto final, que es el ministro.

Sobre cena en el Piso 40, hay un error en la información porque no fue una cena, sino un almuerzo, que no cambia, pero cambia, porque el horario no era el mismo. Además, cambia porque los brasileños se iban esa tardecita en avión.

Recuerdo perfectamente: ello fue a instancias de la visita a Uruguay del ministro de Turismo de Brasil -era la primera vez que visitaba el territorio nacional-, de su viceministro y sus gabinetes. Los brasileños tienen -no es una crítica a los hermanos brasileños- una estructura de gobierno bastante más voluminosa que la nuestra y los ministros tienen otras potestades -nosotros podemos nombrar algunos adscriptos- como, por ejemplo, nombrar gabinetes con mucha más cantidad de funcionarios que nosotros. Me acuerdo que los conté porque me llamó la atención. Los miembros de la delegación brasileña eran once y también estaban los miembros de la delegación de la Organización Mundial del Turismo y su máxima autoridad, que vinieron juntos de Brasil. Me refiero al señor Zurab Pololikashvili, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, y su gabinete de cinco personas más. En el almuerzo, además de mi participación, estuvo el Ministerio de Turismo y la Cancillería. Fue un almuerzo en Piso 40. La visita del ministro y del secretario general fue pública. Creemos que el monto de la factura es absolutamente justificable por la cantidad de las personas, pues éramos más de veinte. Se trata de un lugar exclusivo de Montevideo y, obviamente, era de nuestro interés mostrar a las máximas autoridades del turismo brasileño y mundial un lugar acogedor, moderno y que ha sido fruto del empuje y de la inversión en el Uruguay en los últimos años. Por eso fue la decisión de ir allí.

En cuanto al Hotel Serena…

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Disculpe, la pregunta anterior tiene dos partes. Entendí claramente la respuesta en el sentido de cuál fue el criterio por el que se realizó el almuerzo, como bien rectifica el diputado, pero también se plantean preguntas puntuales sobre la facturación del almuerzo, que figuran antes de la relativa al Hotel Serena.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- En la Comisión no hice declaraciones. Es la primera vez que declaro. No sé por qué se dice respecto a la factura que yo manifesté que "hubo que mandarla de nuevo". No lo dije en la comparecencia de la Comisión ni cuando ratifiqué la denuncia.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Lo que planteé al diputado Cardoso refiere a versiones de prensa; claramente, no son respuestas que haya estado dando en Comisión. Quien sí hizo declaraciones en la Comisión fue el doctor Reta respecto a este tema. Si el diputado Cardoso dice que no, busco ahora brevemente en cuál medio salió.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No sé en qué medio salió esto, pero sí recuerdo perfectamente que en su momento los medios preguntaban por qué se había demorado en pagar la factura. La factura fue a fines de noviembre y el pago se realizó en marzo o algo así. Esto es no conocer el Estado; son tiempos absolutamente normales dentro del Estado. Además, hay que entender que el Ministerio de Turismo, como todos los demás ministerios y reparticiones públicas, estaba prácticamente sin funcionarios. Para recorrer el proceso de la conformación de una factura se hace un expediente, porque había sido una contratación directa, dado que el monto así lo permitía porque, si mal no recuerdo, el almuerzo costó aproximadamente $ 47.000. Como decía, no había funcionarios prácticamente en las unidades; estuvo el verano de por medio, cuando también hay muchísimas licencias, y más del 90 % de los funcionarios estaba haciendo teletrabajo; por eso se habrá demorado. De todas formas, el proceso de la facturación del almuerzo, que no fue cena, se hizo como se hace con cualquier expediente o factura. Se contratan los servicios y, después, se conforma la factura para pagarla.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Simplemente, para aclarar: fue el semanario *Búsqueda* de agosto de este año -de la semana del 19 al 25 de agosto de 2021-, el que toma palabras del diputado Cardoso, quien aduce lo que referimos en esta pregunta.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- A mí el semanario *Búsqueda*, en su momento, me llamó para consultarme sobre esta factura. Evidentemente, el semanario *Búsqueda* ya estaba en contacto con el ex director nacional de Turismo, por los hechos por los que ese mismo periodista después le hace las entrevistas. Le expliqué, semanas previas, y no publicó absolutamente nada de las facturas; le expliqué cuál había sido el proceso y no lo publicó el jueves siguiente. No sé con qué posterioridad lo hizo. Por lo que usted me dice, sí es el medio que le hizo las entrevistas al director nacional de Turismo, por las fechas que da, pero no recuerdo que me haya hecho una entrevista ni yo haber hecho declaraciones con respecto a la conformación de la factura que, reitero, se manejó como cena desde un primer momento y fue un almuerzo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Continúe, diputado Cardoso.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Ahora sí vamos al Hotel Serena.

"¿Cuando asumió como ministro estaba al tanto de la situación del Hotel Serena?". Bueno, cuando asumí como ministro no, pero inmediatamente, sí. A ver, no había quién en Maldonado, que estuviera medianamente informado, que no supiera de la desgracia que había sucedido con la familia Abulafia, que era quien se presentaba como presidente de la sociedad y era el administrador de la misma. No sé si recuerdan el hecho, pero se termina suicidando su señora. A ver, no me siento con el derecho a opinar pero, según la crónica de la prensa, habrían pactado suicidarse y él estuvo tres días con una especie de inconsciencia y no logró quitarse la vida; eso desembarazó toda una situación, con pandemia incluida, de cierre del hotel, y los trabajadores quedaron en una situación de incertidumbre que la conocíamos a través de los medios de comunicación. No creo que

haya quedado un empleado del Serena que no se haya comunicado con algún dirigente político del departamento para poner en conocimiento la situación. De hecho, a mí varios funcionarios me contactaron en su momento para saber cuál iba a ser el futuro del Serena a sabiendas de que era una propiedad del Ministerio de Turismo que estaba concesionada. En su momento fue concesionada en el gobierno del doctor Jorge Batlle y fue prorrogada en el gobierno del doctor Vázquez y la ministra Kechichian por diez años más. Y esa es la concesión que hoy está vigente.

"¿Usted sabía que la empresa Galiza. S.A., que intentó adquirir las acciones de la empresa que manejaba el Hotel Serena, tenía como principal accionista al Dr. Daniel Reta?". No; no lo sabía. Y por lo que ha trascendido en esta Comisión, por lo que contestó el doctor Reta, yo no sé si era el principal accionista o era apoderado. En su momento, inició trámites, previo a venir a la adscripción del Ministerio, para desvincularse de la misma.

"¿Usted sabía que la señora Sara Tavares es quien sustituyó al Dr. Reta al frente de Galiza S.A.?". No; no lo sabía ni tengo por qué saberlo.

"Semanas atrás, el señor Bonanata, en declaraciones aparecidas en el semanario *Búsqueda*, manifestó ser el actual propietario del negocio que funciona en el Hotel Serena y que está haciendo reformas en ese edificio. ¿Le consta que esta sea la situación?". La verdad, desconozco la conformación del paquete accionario, del acuerdo que hayan logrado entre empresarios privados. No hay noticias ante el Ministerio de Turismo del pedido de cambio de sociedad y cualquiera que pase por allí sí se da cuenta de que se están realizando unas inversiones edilicias en remozamiento, modernización, transformación, muy importantes en sus estructuras.

"¿Tiene información sobre si el señor Bonanata intentó contactarse con el Ministerio de Turismo para comunicar los cambios y la intención de hacer reformas en el Hotel Serena, y que el Ministerio no le habría contestado?". Conmigo no lo hizo; no sé si se habrá intentado comunicar con otros cuadros jerárquicos del Ministerio. Repito lo que le decía anteriormente: no tuve notificación ni noticias de que hubiese cambiado el directorio de la empresa concesionaria del Hotel Serena.

En cuanto a Uruguay a Toda Costa: "¿Usted sabe en qué consiste el programa Uruguay a Toda Costa? ¿Conoce la forma de financiación?". Sí; conozco el programa Uruguay a Toda Costa. De hecho, se hicieron muy fuertes inversiones de dinero; en las administraciones anteriores hasta se llegó a invertir US$ 2.000.000 en el programa Uruguay a Toda Costa por parte de la ministra Kechichian, con reiteradas observaciones del Tribunal de Cuentas en cuanto a la aplicación de los mismos. El programa es gestionado y administrado por la Corporación Nacional para el Desarrollo.

"¿Cómo se desarrolló el programa durante su gestión al frente del Ministerio?". Le cambiamos el formato porque tuvimos que valorar y apreciar los establecimientos comerciales que se sostenían funcionando y que estaban protocolizados. Entonces, lo que hicimos fue un reordenamiento del programa y, en vez de hacer espectáculos que juntaran miles de personas al aire libre, con la protocolización mediante exigida, de sanitización, se hicieron espectáculos puntuales, muchos, de corta duración, tomando territorios en diferentes comercios, como apoyo al sector gastronómico de turismo nacional; esa fue la implementación que se llevó adelante.

"¿Usted conoce al Lic. Mauricio Taborda?". Sí, claro, lo conozco. Venía trabajando en el programa desde la Administración anterior y trabajó junto a nosotros.

"¿Qué rol cumplió en el programa? ¿Durante qué tiempo?". De coordinación de todas las actividades.

"¿Usted conoce al Sr. Wiston Guerra? ¿Qué vinculación mantiene con usted?". Sí, lo conozco, es compañero partidario del Partido Colorado; lo conozco bien.

"¿Qué rol cumplió en el programa el Sr. Guerra? ¿Durante qué tiempo?". Las mismas tareas de coordinación de los programas y de sus ejecuciones, pero estas, en todo caso, serían preguntas que habría que hacerle a la Corporación Nacional para el Desarrollo, porque es la que los contrató, no el Ministerio de Turismo. Y quien le pagó los haberes fue la Corporación Nacional para el Desarrollo; no son funcionarios dependientes económicamente del Ministerio

"¿Usted conoce al Sr. Wilfredo 'Fefo' Ruiz? ¿Qué vinculación tiene con él?". A ver, era mi ídolo cuando jugaba al básquetbol. No debe haber habido basquetbolista que haya metido mayor cantidad de triples, en la época en que no había triples, que Fefo Ruiz. Siempre ha estado vinculado a diferentes actividades; ofreció sus servicios, lo pusimos en contacto con la CND y con Presidencia de la República. Consultamos, incluso, si era posible desarrollarse el programa Uruguay a Toda Costa en las circunstancias porque, justamente, no queríamos tener problemas ni chocar con Salud Pública por el tema aglomeramientos. Entonces, planteamos un redireccionamiento del plan, de cómo lo íbamos a hacer, cómo iban a ser los *shows,* en qué lugares, sin baile, con distanciamiento entre los artistas y el público que participaba de los mismos, en lugares abiertos, al aire libre. Es decir, había que reunir un montón de características que nos fueron aceptadas, y eso formó parte también del Comité de Coordinación entre Salud Pública y Presidencia de la República; él estuvo coordinando todos estos espectáculos con la Corporación Nacional para el Desarrollo, y quien le pagó fue la Corporación Nacional para el Desarrollo, no el Ministerio de Turismo.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias, diputado Cardoso.

Habiendo terminado esta segunda ronda, ingresamos a la ronda de las repreguntas.

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Conrado).- Una sola repregunta.

Cuando se conforman facturas en los expedientes, ¿quién es el ordenador del gasto? ¿Quién ordena el gasto, y cuál era el rol del doctor Daniel Reta?

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Tengo varias repreguntas, señor presidente.

Voy a empezar por el final, porque es la que no tengo anotada, que refiere al programa Uruguay a Toda Costa, a razón de lo que el diputado Cardoso mencionaba de la vinculación del programa y la dependencia con la CND -con la Corporación Nacional para el Desarrollo- que, como bien estableció, es quien se encarga de la administración y el pago. Pero, si bien eso es así, la solicitud de contratación del personal y del gasto corre por cuenta, en este caso, del ministro de Turismo. De hecho, yo tengo una resolución aquí, con fecha 26 de enero de 2020, que dice que en el marco del convenio suscrito entre la Corporación Nacional para el Desarrollo y el Ministerio de Turismo, de fecha 3 de diciembre de 2010, se instruya a realizar la siguiente contratación, y ahí se enumeran tres puntos, con la firma del señor ministro Germán Cardoso, solicitando que se realice esa contratación. Entonces, es por esa razón que hicimos la pregunta. Simplemente, queríamos saber cuáles eran los motivos que llevaron a realizar estas contrataciones. El señor ministro dijo que se había rearmado, en función a la pandemia, la política en materia de este programa. También dijo algo que quiero consultarle particularmente, porque la información la tengo, que refiere al señor Wiston Guerra, que -si mal no me llega la información- es un concejal del Partido Colorado, de Aiguá y, además, forma parte de su línea de suplencia. Si bien nunca asumió la titularidad siendo contratado por

el Estado, en este caso, me parecía que podía aclararnos un poco esa situación. Por eso fue la pregunta y ahora la repregunta.

Y continúo con las demás que quiero realizar. El señor diputado Cardoso dijo en reiteradas ocasiones que Elbio Rodríguez no fue su asesor y que trabajaba en coordinación con Pérez Banchero.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No; yo no dije que trabajaba.

SEÑOR PRESIDENTE.- Diputado Cardoso, vamos a dejar que el diputado Viera termine las preguntas y luego usted hace las observaciones que entienda pertinentes.

SEÑOR VIERA DÍAZ (Nicolás).- Bueno, que se vinculaba -si el término no es trabajar- de manera honoraria con la oficina que estaba a cargo de Pérez Banchero. Pérez Banchero dijo en esta Comisión -yo recién extraje parte de su comparecencia- que "Elbio Rodríguez" -cito- "sí tenía información; notoriamente, era información que le llegaba al ministro por su relación personal […]", y Elbio Rodríguez, en su comparecencia en esta Comisión, también manifestó -cito- : "[…] cuando Cardoso tiene el honor de ser nombrado ministro de Turismo, me invita a que lo acompañe y yo accedo en un carácter absoluta y totalmente honorario". Entonces, la repregunta en este sentido es: si bien el diputado Cardoso establece que en su rol de ministro el señor Elbio Rodríguez no tuvo una vinculación formal ni con él ni con el Ministerio, a mí me llama un poco la atención -y por eso la repregunta- cómo es posible que haya estado ingresando al Ministerio, accediendo a información de dominio público, en materia de gestión pública, una persona que, si bien es amigo del señor diputado Cardoso, no fue su asesor -según dice él-, tampoco era empleado público, pero mantenía una vinculación con el Estado. Entonces, evidentemente, ahí se realizaba una actividad absolutamente informal -por lo que surge de las expresiones del señor diputado Cardoso-, de la cual el ministro no estaba al tanto. El señor Elbio Rodríguez, en diversas formas, ha planteado, incluso, que fue él quien trajo al Ministerio la propuesta de Kirma, por ejemplo; entonces, evidentemente, una vinculación con el Ministerio había. Quisiera que el diputado Cardoso pudiera profundizar un poco más en esa pregunta.

Respecto a la interrogante 15 de la primera tanda de las preguntas generales, cuando se le consultó cómo era posible que el señor Reta, como asesor suyo, conformara facturas, usted usó una expresión que no sé si anoté textual: que lo que el Tocaf no prohíbe se puede hacer.

Yo quisiera saber si usted reafirma esa expresión, simplemente, para ver si entendí bien.

Otra repregunta es: ¿la nueva estructura que se dio en el área de *marketing* fue realizada o construida en función de sustituir, desde sus competencias, al doctor Pérez Banchero?

Luego de comparecer en esta Comisión, el señor ministro Tabaré Viera dijo en declaraciones públicas -no lo manifestó en esta Comisión- que había desarticulado lo que, después, se dio en llamar como una estructura paralela en el Ministerio, haciendo alusión a esta estructura en el área de marketing. ¿Usted veía eso como una estructura paralela? ¿Está de acuerdo con las expresiones del señor ministro Tabaré Viera?

Otras de las expresiones generales que usted dio como respuesta a una pregunta que hizo el diputado Albernaz fue que durante su gestión no hubo dolo, por tanto, no hubo delito. Quiero saber si, efectivamente, es lo que comprendí o es un error mío.

Una aclaración sobre la pregunta 7, referida a Kirma. Usted recién planteó que no tenía conocimiento de que el señor Elbio Rodríguez se haya comunicado con la empresa Kirma para informarle respecto a que se la iba a contratar. Yo, simplemente, me limité a preguntarle en función de lo que el representante de la empresa Kirma dijo. El

representante de la empresa Kirma le dijo -en su comparecencia por escrito- a esta Comisión que la confirmación de la contratación de los servicios de Kirma la había recibido por teléfono del señor Elbio Rodríguez el día 28 de diciembre. La resolución del ministro Germán Cardoso es de fecha 29 de diciembre.

La repregunta es: ¿cómo es posible que el señor Elbio Rodríguez, que a esa altura, supuestamente, no tenía ninguna vinculación con el Ministerio, tuviera acceso a esta información, de modo que le pudiera comunicar a un empresario en Estonia que se iba a dar la contratación de esta empresa por parte del Ministerio?

Finalmente, quiero consultarlo sobre algo que tampoco tengo claro. Usted dice que se generó el expediente de Netcom por los US$ 800.000; ese expediente en el que, supuestamente, el doctor Pérez Banchero negó su firma para aceptar la contratación. Pero no sé a qué expediente se refiere. Nosotros, nos estamos refiriendo a un episodio que ocurrió en octubre del año 2020, no al que ocurrió posteriormente, que es un expediente que también tiene relación con Netcom, pero que es algunas semanas posterior. Nos referimos al intento de compra de US$ 800.000 a Netcom, en octubre de 2020.

Presidente: por aquí me quedo en las repreguntas.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero dejar constancia de que el diputado Nicolás Viera se refiere al expediente N° 2020- 9- 1- 0001739. En el material de trabajo de la Comisión está en el Anexo II al Repartido N° 514, de agosto de 2021. Comienza en la foja 436 y finaliza en la foja 451.

En la foja 444, la funcionaria Andreoni expresa: "Por motivo de que cada campaña se realiza durante un período particular, no se considera pertinente una contratación por el lapso de un año. En caso de campañas atemporales se podrían considerar los costos como referencia, revisando la conveniencia del período, pero por el momento las mismas no han sido previstas".

Corríjame, diputado Viera, si no es a este expediente al que usted se refiere.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- ¿Qué fecha tiene?

SEÑOR PRESIDENTE.- Lo que acabo de leer es de 23 de noviembre de 2020. El comienzo de este expediente es el 30 de octubre de 2020.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Entonces sí.

SEÑOR PRESIDENTE.- Perfecto.

Entonces, estamos hablando del expediente N° 2020- 9- 1- 0001739.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Yo también quiero hacer algunas repreguntas.

Una refiere a la contratación en el Programa Uruguay a Toda Costa del licenciado Mauricio Taborda y de Wiston Guerra. Quisiera conocer las razones por las cuales se los contrata por doce meses, por un monto mensual de $ 44.000 cada uno. ¿Qué funciones cumplen durante todo el año para que la contratación sea por ese período?

La segunda es la siguiente. El señor Elbio Rodríguez, de acuerdo a lo que manifiesta el diputado Cardoso, no tenía jerarquía, no era su asesor ni tenía su aval para operar como tal. Sin embargo, el señor Daniel Reta, en su comparecencia, dijo que había recibido la propuesta de Kirma a través de un *wasap* enviado por el señor Elbio Rodríguez y que él lo que hizo fue reenviarla a la agencia de publicidad. ¿Qué explicación tiene -si es que tiene alguna- para que el adscripto al ministro haya hecho esa gestión?

La última es sobre las preguntas generales. La pregunta 4) establece: "Usted fue suplente del Sr. Eduardo Elinger como candidato a la Intendencia de Maldonado, compareciendo con la lista 2600" -agregaba el diputado que también con la Lista 15- "en las elecciones departamentales del 27 de setiembre de 2020. ¿Esa lista realizó publicidad en radios, televisión o vía pública en la campaña hacia esas elecciones? ¿En qué medios o a través de qué empresa en el caso de vía pública? ¿Cuál fue la inversión en estos rubros?".

Quisiera aportar a la Comisión un material y ver si el diputado tiene alguna explicación en ese sentido.

Hay abundantes testimonios de publicidad en vía pública de esa campaña, en la cual, bajo el lema Pongámonos Colorados, está la foto de Elinger y del diputado Cardoso. Son carteles en carretera, en ciudad, en camiones que tienen cartelería móvil. Esto no figura en la declaración presentada oportunamente, en la liquidación presentada a la Corte Electoral. Debería figurar como un pago o como un bien o servicio que haya sido entregado y, de acuerdo a la legislación, debe estimarse el costo. No figura en ninguna de las dos condiciones.

Aporto el material a la Mesa.

(Así se procede)

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Conrado).- ¿Puedo dejar una constancia? Porque aquí se están dejando constancias.

SEÑOR PRESIDENTE.- Sí.

SEÑOR REPRESENTANTE RODRÍGUEZ (Conrado).- Simplemente, quiero dejar una constancia.

Se hicieron algunas preguntas y repreguntas, por ejemplo, con respecto a algunas contrataciones, que el diputado Cardoso aclaró que habían sido por parte de la Corporación Nacional para el Desarrollo.

Se habla de la filiación política de Wiston Guerra. No se habla de la filiación política de Wilfredo "Fefo" Ruiz.

Tengo aquí un artículo de *Montevideo Portal*, del año 2017, de las famosas cuarenta preguntas del periodista Tagliaferro. La pregunta 38) dice: "¿Era un plantel politizado el de esa selección?

No era un plantel politizado. Era un plantel en el que quizás la mayoría de los jugadores éramos del Frente Amplio y eso pesaba mucho. No es lo mismo ser del Frente Amplio ahora que serlo en el año 83 u 84. Era época de dictadura o a la salida de ella, había mucha movilización. Decir que eras del Frente Amplio en aquel momento era bastante complicado, pero los ideales no se vencen con persecuciones, se mantienen. Llegamos a hacer un aviso en el que decíamos 'los basquetbolistas vamos de Frente'".

Si dejamos constancias sobre filiaciones políticas de los contratados, yo dejo la constancia de este artículo de *Montevideo Portal*, que es del 28 de noviembre de 2017 y que se titula: "MUÑECA BRAVA.- Las 40 de 'Fefo' Ruiz". Después, hay un subtítulo que tiene que ver con Tato López.

Gracias.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Yo, en realidad, no quise dejar una constancia de a qué partido político pertenecía el señor Wiston Guerra.

Me parece que lo relevante de la vinculación con el diputado Cardoso en su rol de ministro es que el señor Wiston Guerra pertenece no solamente a su partido, sino a su línea de suplencia en la Cámara de Diputados.

Entonces, la vinculación política que tiene el señor Wiston Guerra para con el señor diputado Cardoso no la tiene Wilfredo Ruiz. Igual, así, le consultamos el motivo de la contratación de los servicios de Ruiz.

No es una cuestión de contratación, pero la vinculación personal y política que el exministro Cardoso tiene con Guerra es muy distinta a la que tiene con Ruiz. Es simplemente eso.

(Diálogos)

SEÑOR PRESIDENTE.- Permítanme, señores diputados.

Yo voy a hacer una pregunta y, luego, voy a solicitar que se suspenda la toma de la versión taquigráfica.

La pregunta es muy concreta. Usted, diputado Cardoso, hizo referencia a que el contrato con la agencia Young & Rubicam vencía el 31 de marzo de 2020 y que había un plazo previo de sesenta días para, eventualmente, dejar sin efecto su continuidad. Por lo tanto, al no estar en condiciones jurídicas para poder, eventualmente, poner fin al contrato, cuando usted accedió al cargo de ministro, el contrato debió continuar.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Lo renovamos porque no teníamos plazo.

SEÑOR PRESIDENTE.- La pregunta -para que me la conteste al término de las demás preguntas- es: esa renovación, ¿a qué tiempo ascendió? ¿Las tareas, competencias, prerrogativas y funciones que se plasmaron en ese contrato, en esa renovación, eran las mismas que las que venían realizándose hasta la fecha en función del contrato original?

Ahora, solicito que se suspenda la toma de la versión taquigráfica.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——Volvemos a las respuestas.

Tiene la palabra el diputado Cardoso.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- En lo que respecta a la relación de Elbio Rodríguez con Kirma y el Ministerio. A ver, creo que fui claro en mi primera intervención. A Elbio Rodríguez lo invito, como invité a tanta gente el día que asumí en el Ministerio, a que me acompañara. Eso es la invitación a que me acompañara. Me parece que se descontextualizó o puede haber un error allí en el concepto. Es una persona a la cual conozco de toda la vida, tengo amistad con él, con su familia, conocí a su padre, a su tío -que era de notoria filiación frenteamplista-, es decir, como sucede en infinidad de ocasiones en el interior del país, que las relaciones son transversales y van más allá de los partidos políticos. Hay relaciones de familia, de amistad, de liceo.

La relación entre Elbio Rodríguez y la agencia yo la desconozco y no me compete como Ministro, porque yo no sé quien llevó a *M24*, que es de su sector político, a la agencia, por ejemplo. Porque así como dice que conmigo fue a hablar el señor Grille, de *Caras y Caretas*, lo mandé a la agencia, así como fueron a hablar de distintos medios, los mandaba a la agencia… Debo de ser honesto: de *Brecha* no fue nadie a hablar conmigo. No sé quién habrá ido de *Brecha* a la agencia, porque venían a la agencia o al Ministerio y en *Brecha* se avisaba, como se avisa en la emisora *M24*, que es propiedad de su sector político. Conmigo no fue nadie a hablar de *M24*. No sé quién habrá ido por *M24* a la

agencia a hacer la gestión, pero vuelvo a lo que decía hoy: a mí no me compete opinar o investigar en las relaciones entre privados.

La agencia estaba contratada para un fin específico en sí mismo de asesoramiento; cobraba un muy buen *fee* de US$ 9.500 por mes. Venía de la Administración anterior. No tengo críticas a la agencia, ¿eh? Quiero ser claro; creo que es una agencia muy profesional, de un gran prestigio, y cada vez que requerimos del apoyo -incluso cuando había que tomar alguna medida, que tenía repercusión internacional-, la agencia siempre respondió y lo hizo en muy buenos términos.

Lo del -creo que me preguntaba o hacía una acotación el diputado Rodríguez- vencimiento del contrato con la agencia lo explico de nuevo.

Nosotros en la transición no fuimos informados de que, ni consultados, si queríamos seguir con la misma agencia o pensábamos llamar a licitación. El vencimiento del contrato de la agencia fue por una licitación -esta última adjudicada en el último gobierno del Frente Amplio-, renovable, no me acuerdo si era a dos o tres años al principio, y después renovable anualmente, hasta un máximo de seis años. ¿Soy claro ahí?

Entonces, la fecha que se tomaba de año a año vencía el 31 de marzo. El propio contrato establecía que en caso de que la Administración no quisiera continuar, no renovar los servicios anualmente hasta llegar al sexto año, después de transcurridos los primeros dos o tres años -no me acuerdo si eran dos o tres los fijos, y después eran anuales-, había que comunicarle a la agencia con sesenta días de anticipación de la desvinculación contractual, por un tema de empleados, de que tenían gente abocada en llevar adelante la cuenta.

Entonces, si hacemos la cuenta, 31 de marzo menos 60, teniendo en cuenta que febrero tiene 28 días…

SEÑOR PRESIDENTE.- 29.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Bueno, bien, 28 o 29 días, una vez cada cuatro años, nos íbamos a fines de enero, 29 o 30 de enero, más o menos, ahí, cuando las autoridades del Ministerio de Turismo eran otras, eran las salientes. Ya había habido una elección, ya había gobierno electo, pero no había habido gobierno asumido aún.

Entonces, fue allí que cuando nosotros tomamos conocimiento de que no habían sido notificados con sesenta días de anticipación, conversando con la agencia y sin pandemia…Yo quiero ser muy claro en esto, porque yo hablé con el dueño de la agencia y le dije que mi intención era llamar a licitación para saber con quién íbamos a trabajar en el período, porque no era lo mismo cambiar al año y medio o a los dos años a que hubiera una planificación de medios y estrategia de comunicación. Nosotros veníamos con nuestra idea de profundizar la estrategia con el Brasil, tener mayor nivel de captación, fundamentalmente, con el estado de Río Grande del Sur, como ya lo explicamos hoy, aumentar la conectividad con el nordeste brasileño y lograr captar aerolíneas extrarregionales. Todo eso tiene que formar parte de una estrategia comunicacional, donde la agencia tenía un rol estratégico en todo eso.

Allí es que nos enteramos que el señor Moré nos dice que para llamar ese primer año habría que haberle avisado a fines de enero y no se le había notificado, lo cual, cuando leemos, es cierto. Nos proporciona la información y le renovamos. Después vino la pandemia y nosotros decidimos renovarle hasta finalizar los seis años, porque estamos en plena pandemia. Evidentemente, entendimos que no era pertinente, en medio de una situación bastante caótica, cambiar de agencia, si no teníamos ni siquiera plan

comunicacional de lo que iba a suceder la semana que viene o dentro de un mes. La semana que viene sí la íbamos armando, pero era todo cambio muy sobre la marcha, porque era una situación absolutamente extraordinaria a lo que se podía haber previsto. ¿Quedó contestado eso, quedó claro?

SEÑOR PRESIDENTE.- Clarísimo.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Bien.

En relación a la factura de conformación de Reta, de pronto no me expliqué bien. Lo que yo dije que en ningún lugar estaba prohibido a texto expreso que Reta pudiera conformar una factura para que siga su trámite. Por supuesto, él no era ordenador de gastos ni él podía ordenar el pago de una factura, ni lo hizo, porque no puede hacerlo. Los ordenadores de gasto del Ministerio de Turismo son los dos directores, el director nacional de Turismo, el director general de Secretaría y el ministro. Esos son los tres únicos ordenadores de gasto del Ministerio. Por tanto, nunca puedo decir yo que estaba bien que pagara una factura o que hiciera de ordenador de gastos, cuando no lo es. Quiero que quede claro, también, porque puede haberse prestado para la confusión.

En cuanto a lo que preguntaba el diputado Viera sobre la asesoría técnica, si sustituía funciones de la Dirección Nacional de Turismo, en ningún momento. Siempre le pedimos a la Asesoría Técnica, tanto al técnico Iroldi como al doctor Reta, que toda la información, documentación fuese coordinada y en copia mail tanto a la Dirección Nacional de Turismo como a la Dirección General de Secretaría. Siempre estaban copiados en todas las intervenciones, en todas las articulaciones con la agencia, en todo lo que competía a cada área estaban copiados.

Lo que sí está claro es que las declaraciones que hizo el ministro Tabaré Viera es dueño de hacerlas todo jerarca que asume. Las adscripciones del ministro caen con la renuncia del ministro. Entonces, el doctor Reta automáticamente cesa cuando yo presento mi renuncia; el doctor Paolino también cesa cuando yo presento mi renuncia. Por tanto, en un primer orden de cosas el doctor Reta dejó de ser adscripto en el mismo momento en que yo presenté mi renuncia el día 21 de agosto. Por tanto, el ministro Tabaré Viera no contaba con él así quisiera continuar con el trabajo que se venía desarrollando, no contaba con sus servicios. Y ante el nuevo nombramiento de un director nacional de Turismo nuevo, obviamente él optó por volver a la estructura de trabajo anterior y no pretender seguir adelante con una asesoría técnica que por razones de necesidad de funcionamiento, nosotros entendimos, con pandemia y prácticamente sin funcionarios, que se hacía necesaria para el buen funcionamiento.

Cuando el ministro Viera acuerda con el nuevo director nacional que iba a asumir los roles de conexión y articulación con el territorio, las intendencias y las alcaldías, el ministro Viera es dueño de tomar la decisión que entienda pertinente.

El expediente de Netcom de US$ 800.000 que dice el intento de compra. No, no hubo intento de compra; hubo intento de venta de Netcom al Ministerio; no del Ministerio un intento de compra, porque esto se archivó y se archivó con la propia opinión del ministro, favorable, y no consta en ningún expediente, en ningún mail ni en el relato de ningún funcionario que el ministro haya querido interceder para desarchivar ese expediente o dar una orden en contrario o pedirle a la agencia un informe favorable en cuanto a la situación de ese expediente. No la hubo.

Por lo tanto, fue un expediente que se presentó directamente en el Ministerio, se conversó sobre su inconveniencia en la contratación y quedó archivado. No hubo más noticias.

Sobre la contratación de Taborda y Píriz, venían del gobierno anterior, que se venía desarrollando, porque había otro funcionario Píriz que habla conmigo y decide renunciar. Eran dos los funcionarios que contrataba la Corporación, que se hacían cargo de toda la logística, la preparación de los diferentes eventos de Uruguay A Toda Costa. La modalidad de trabajo venía de la Administración anterior, cada doce meses.

Yo realmente no sé si en la Administración anterior trabajaban fuera de temporada de verano. Aquí sí trabajaron. En vacaciones de julio también. Obviamente, no es el trabajo estricto en sí mismo solamente el día del evento, sino que implica movilización anterior, contacto y contratación con los artistas, planificación de los lugares, es decir, es un trabajo que lleva meses y nosotros hicimos dos eventos con Uruguay A Toda Costa, durante todo el verano, con Semana de Turismo incluida, e hicimos también en las vacaciones de invierno, en las vacaciones de julio, coordinando siempre con el Ministerio de Salud Pública, con la Presidencia de la República, con autorización expresa de los dos, porque no queríamos que se transformara en una razón ni motivo de colisión de intereses, con respecto a la lucha que se estaba dando con el virus y contra el virus.

La última que tengo. Reta reenvió a la agencia la propuesta. Todas, no la de Kirma. Todas las propuestas que llegaban al Ministerio eran enviadas a la agencia. Creo haberlo contestado. No fue la única; no fue exclusiva. Había dos maneras: o iban directamente a la agencia o se presentaban al Ministerio y por orden estricta y categórica del ministro se mandaban del Ministerio a la agencia y la agencia era la que evaluaba y la agencia era la que proponía la contratación o no de los servicios. Quedaron muchísimas por el camino, que la agencia no entendía pertinente hacer la inversión, porque entendía que no había el retorno deseado en cuanto a la inversión que tenía que desembolsar el Ministerio para los intereses en la captación de turismo.

Muchas gracias, presidente.

SEÑOR PRESIDENTE.- Gracias, diputado.

A mí me quedó, tal vez es una afirmación que va de suyo, pero en una de las repreguntas que realizó el diputado Viera, una afirmación en relación a una pregunta que le había realizado el diputado Albernáz, en cuanto a que en su gestión no hubo dolo y, por ende, no hubo delito. No sé si usted quiere reafirmar el concepto. Por lo menos, la que yo tengo, que figura…

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No hubo ningún delito en mi Administración. No hubo dolo. Si no hay dolo, no hay delito. Fue lo que dije.

SEÑOR PRESIDENTE.- Perfecto.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Todas las contrataciones se hicieron de acuerdo al marco jurídico y legal vigente; todas. Por lo tanto, no hay en ningún momento un apartamiento de la legalidad.

Quiero que quede claro.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Simplemente, quiero hacer una última repregunta de la repregunta, porque creo que no me entendió la repregunta el diputado Cardoso. Prometo no cansar y es la última vez que pregunto sobre este tema. La duda es la siguiente. Lo digo con sinceridad, porque no logro comprender. Cuando yo me refiero a la vinculación del señor exministro con el señor Elbio Rodríguez no quiero preguntar sobre su vinculación entre privados y la agencia y la posibilidad de un negocio lucrativo, que quedó clarísimo y surge de la respuesta del diputado Cardoso. Lo que yo no logro comprender es, si el señor Elbio Rodríguez no tenía ninguna vinculación formal con el diputado Cardoso como ministro, no tenía ninguna vinculación formal con el

Ministerio, ¿cómo era posible que una persona ajena y extraña a la Administración participara, tomara contacto con información del Ministerio, ayudara a determinadas cuestiones, nada más ni nada menos que en la Dirección Nacional de Turismo, y que el diputado Cardoso nos diga que no tiene ningún tipo de vinculación más allá de la amistad?, que corre por otras vías y está claro. Esa es la duda que me queda.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Le contesto la duda que le pueda surgir.

El ministro no participaba en las decisiones de contrataciones de *marketing.* Lo voy a reiterar por décima quinta vez. Sí podía tener la posibilidad de que cuando se me pedía entrevista por parte de dueños de medios y los recibía con todo gusto -porque Uruguay es un país pequeño en el que nos conocemos, más aquí o más allá, todos-, los derivaba a la agencia. Eso sí pasó en más de una oportunidad. Muchos periodistas del departamento de Maldonado… Ustedes no se imaginan el sinfín, la cantidad de propuestas que llegan porque, lógicamente, el Ministerio de Turismo tiene prácticamente la mitad o el 60% de su presupuesto para invertir en comunicación.

El señor Elbio Rodríguez a mí no me asesoraba. Eso es lo que yo he dicho. Sí me consta que tenía conversaciones, sobre todo en lo que tenía que ver con la publicidad digital, con el director nacional de Turismo, como el propio director nacional de Turismo en su comparecencia lo reconoció. Ahora, no tenía acceso a ninguna información privilegiada, porque de hecho, para asombro de los propios, cuando compareció el señor Elbio Rodríguez en la Comisión y ustedes le preguntaron, explicó en un *power point* de dónde tenía toda la información y de dónde la sacaba. Es toda información pública. Ninguna compra del Estado ni del Ministerio hoy es secreta. Cualquier ciudadano desde cualquier rincón de la República que tenga Internet entra a la Agesic y allí puede ver todas las compras del Estado, una a una, cómo se distribuyen, las puede abrir, puede ver cómo se diversifican. Entonces, no es que tenía acceso a información de privilegio por haberse reunido un par de veces con el director Nacional de Turismo. La verdad: yo no le iba a prohibir al director Nacional de Turismo reunirse con quien se quisiera reunir; no estaba dentro de mis facultades ni de mis competencias.

SEÑOR REPRESENTANTE ANTONINI (Eduardo).- Me queda una duda de las repreguntas. Capaz que no entendí. Dice que el doctor Reta no conformaba facturas. ¿Es así?

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- No; todo lo contrario. Dije que el doctor Reta sí conformaba facturas para que siguieran su trámite administrativo. Dije que lo que no podía hacer el doctor Reta con su firma era ordenar el pago ni pagarlas, dar por buena esa firma para realizar un pago porque no era ordenador de gastos.

SEÑOR PRESIDENTE.- A los efectos de que quede clara la pregunta y la respuesta. El doctor Reta daba continuidad al trámite, al expediente, pero para garantizar el pago necesitaba o la firma suya, en calidad de ministro, del director general o del director nacional de Turismo.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Exactamente; esos son los tres ordenadores del gasto.

SEÑOR REPRESENTANTE ANTONINI (Eduardo).- Me queda clara la respuesta. Quiero que conste también -está en la versión taquigráfica- que el director general de Secretaría, Curbelo, dijo en esta Comisión que surge del expediente que Reta conformaba facturas en representación del Mintur.

SEÑOR REPRESENTANTE CARDOSO (Germán).- Yo no lo estoy negando. A ver… Parece que hay un problema de comprensión. Yo no lo estoy negando; en ningún momento negué que conformara factura para que siguiera el trámite administrativo correspondiente. No ejecutaba el pago, porque no era ordenador de gasto.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——No habiendo más preguntas y estando en tiempo para poder comparecer a la sesión de la Cámara, en cumplimiento del Reglamento, le agradecemos al diputado Cardoso la comparecencia y sus respuestas. Naturalmente, también al diputado Antonini, a quien aprovechamos a saludar y a despedir, porque seguramente a la próxima reunión de la Comisión, que está fijada para el jueves 25 a las 12 horas -en virtud de que nos han informado los coordinadores que en la jornada de hoy se estaría votando la prórroga hasta el martes 30, únicamente estaremos concurriendo los integrantes de la Investigadora,

Se levanta la reunión.

≠